**北京市高等教育自学考试课程考试大纲**

**课程名称：广告摄影 课程代码：13690（笔试） 2024年9月版**

**第一部分 课程性质与设置目的**

**一、课程性质与特点**

《广告摄影》是北京市高等教育自学考试广告学（专升本）专业的一门专业课程，是在完成专业基础课程学习后开设的选考课。广告摄影是一门科学、一门艺术，同时也是信息传播的一种重要手段，广泛应用于人类社会的各个领域，广告摄影在信息传播中的作用越来越重要。随着计算机技术的发展和信息时代的到来，摄影教学在 21 世纪的高等教育中也显得越来越重要。本课程从广告摄影的基础理论知识出发，密切联系视觉传达原理、拍摄的技术操作和作品案例分析，以及对广告画面创意的强调，有助于在有限的教学时间内，培养出具有丰富艺术修养、知识结构完整、主观能动性强、专业技技术过硬，能把图像传媒和社会需求密切结合，适应时代发展的复合型人才。

**二、课程目标与基本要求**

本课程的目标是全面贯彻落实立德树人根本任务，满足本专业培养适应现代广告行业需要的通才型、技能型人才的相关知识要求，为学生今后从事相关工作打下坚实基础。本课程的基本要求是学习广告摄影的基本知识，理解广告摄影的创意与艺术表现价值，掌握广告摄影的基本工作流程及每个操作环节的工作要点，能够根据特定企业的实际情况进行广告摄影的实践，并完成广告摄影的创意、拍摄，并对广告摄影作品进行后期制作。

本课程的考核章节为第一到第七章，重点章节是第一章、第二章、第三章、第五章、第六章；一般章节是第四章、第七章。无不考核章节。

**三、与本专业其他课程的关系**

《广告摄影》课程在北京市高等教育自学考试广告学（专升本）专业被列为专业课程，本课程是广告专业理论与实践相结合的一门综合性课程，与本专业开设的《中外广告史》、《市场调查与传播效果》、《广播电视广告》、《品牌形象设计》、《平面广告设计》等课程之间存在承前启后的相互联系与作用。本课程的先导课程为《中外广告史》、《市场调查与传播效果》、《广播电视广告》，后续课程包括《品牌形象设计》、《平面广告设计》等。

**第二部分 考核内容与考核目标**

**第一章 广告摄影概述**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解广告摄影的定义与特征；理解广告摄影的类别；掌握广告摄影的发展与现代艺术流派、平面设计的关系；要求学生善于学习和借鉴，有探索创新精神，不断提升从事广告摄影应具备的专业素质。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）广告摄影的定义

识记：广告摄影。

理解：广告摄影的本质。

（二）广告摄影的特征

理解：对广告摄影的纪实性、信息性、通俗性、审美性的理解。

（三）广告摄影的类别

识记：广告摄影的类别。

理解：对商品广告摄影、服务性广告摄影、工业广告摄影、人物广告摄影、企业形象广告摄影的区分与理解。

（四）广告摄影的发展与现代艺术流派

理解：广告摄影的发展、现代艺术流派对摄影的影响。

应用：广告摄影的国际性与个性化的追求。

（五）广告摄影师的专业素质

应用：从事广告摄影应具备的专业素质。

**第二章 广告摄影的创意与艺术表现价值**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解广告摄影创意和艺术表现手法的重要性；理解设计创意的内涵与价值；掌握广告摄影的定位和广告创意画面的设计；了解和掌握如何以变化多样的表现手法表现作品的内容，提高广告作品的艺术感染力。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）设计创意的内涵与价值

识记：创意的含义。

理解: 创意的过程。

（二）广告创意要服从于主题思想

理解：广告主题的作用。

（三）广告摄影的定位

识记：广告摄影定位。

（四）广告创意画面的设计

理解：广告摄影作品的意义。

（五）广告摄影的艺术审美价值与表现手法

应用：广告摄影的艺术表现手法与运用。

**第三章 广告摄影与视觉心理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解和掌握摄影视觉艺术形式应用的基本方法；理解视觉形式语言的重要性；掌握视觉艺术传达的基本原理和构图形式基本类型，并能在实际操作中灵活应用。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）现代设计的形式要素

识记：内形式与外形式。

（二）艺术形式中的情感因素

识记：直线、曲线、折线。

理解：审美形式具有鲜明的表现性。

（三）广告摄影画面的视觉心理

理解：形状设计，线条语言，色彩运用，明暗构成，空白与虚实，质感表现，视觉流程，趣味中心。

应用：视觉流程运动的特点。

（四）摄影画面的基本构图形式

识记：构图形式的基本类型。

理解：在广告摄影画面中实际运用水平构图，斜置构图，对称构图，均衡构图，散点构图，摆动构图，重复式图，圆形构图，放射构图，对角线构图，无序的构图。

**第四章 摄影器材**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解不同相机和镜头的使用特点；理解摄影镜头控光原理及实用价值；理解不同感光材料的性能及特点；掌握不同镜头焦距对画面表现的实际效果；掌握不同胶片像幅尺寸镜头视场角。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）摄影术的出现

识记：照相机的基本构成，照相机的种类。

尼埃普斯和达盖尔。

照相机的发展阶段。

理解: 不同种类照相机的代表型号。

（二）镜头的基本功能

识记：快镜头，慢镜头，摄影镜头的种类。

选择相机和镜头

理解: 光圈的功能。

（三）感光材料

识记：黑白胶片，彩色胶片。

感光材料的速度及性能

理解: 数字噪点，亮度反差，色别反差。

（四）其他基本设备

理解：摄影棚、摄影台及其他设备。

摄影工作室、闪光灯和测光表。

**第五章 广告摄影的光源和用光的基本原理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解室内人工光源器材及其特性；理解和掌握人工光源布光的基本原理、布光的基本形式、准确测光和曝光，以及不同滤镜的使用等基本技巧；掌握光比的控制和把握，并在实践中操作学习测光和照明比的控制方法。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）广告摄影常用光源

识记：人造光源、自然现场光源。

应用：泛光灯，伞灯、柔光灯、雾灯、聚光灯、特殊效果灯的使用。

（二）人工光源的特性及应用

理解：光强，反射率，光强衰减，漫射，反射，光质。

应用：光比控制与拍摄对象的关系。

（三）人工布光基础

识记：五个基本布光方位，五种基本光。

应用：掌握不同布光技巧的应用。

（四）广告摄影的基本布光形式

理解：单灯布光，两灯布光和三灯布光，全白背景布光，无投影布光。

应用：透射布光，半隔离布光和全隔离布光，多灯组合布光，大光量、大场景布光。

（五）测光与曝光

识记：测光方式，倒易律失效，色温与滤镜。

应用：使用测光表测光，正确曝光。

**第六章 广告摄影的内容及常用技法**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解商业摄影所包含的不同的拍摄对象，对这些不同的拍摄对象采用什么表现手法和拍摄技巧；理解光性与光比在造型中的重要性；掌握影室闪光灯和测光表的性能，及其使用方法。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）时尚模特摄影

理解：模特的选择，动态造型设计。

应用: 布光要求。

（二）风光摄影

理解：拍摄前的准备和思考，拍摄日出和日落，顺光摄影，侧光摄影，逆光摄影，水的动态。

（三）建筑物摄影

应用：建筑物外部和内部摄影技巧。

（四）食品、酒、饮料、首饰和化妆品摄影

应用：食品菜肴、首饰化妆品的拍摄技巧。

酒、饮料的拍摄。

（五）多重曝光

识记：多重曝光。

理解：多重曝光的技巧。

（六）动态表现

识记：特技摄影。

理解：特技摄影的拍摄技巧。

（七）景深控制

识记：景深，透视。

镜头深刻度标尺、对焦清晰度与模糊圈、区域对焦、超焦距、景深刻度标尺的使用方法。

理解：影响景深的三个因素。

（八）热靴式闪光灯

理解：闪光同步，慢速同步，后帘幕同步。

热靴式闪光灯的基本性能、手动闪光

应用：多次频闪曝光。

（九）翻拍技法

应用：翻拍的技巧。

（十）大画幅技术相机的使用

识记：大片幅相机的基本操作步骤，沙姆弗鲁格原理。

应用：大画幅相机的拍摄比例与曝光补偿。

使用大画幅相机控制画面

**第七章 数码摄影**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解数字摄影的基本原理，运用数字摄影的优势和计算机图像处理功能进行超常规的创意；理解数字摄影与传统摄影的区别，弄清各自的特点；掌握计算机图像创意的处理手法。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）数码相机

识记：手机相机、卡片相机、单镜头反光数码相机、便携式无反（微单）数码相机。

（二）数码影像传感器

理解：CCD影像传感器、CMOS影像传感器、X3传感器、不同影像传感器的画幅、等效镜头。

（三）电脑、扫描仪和打印机

识记：扫描仪的类型与功能，扫描质量与分辨率。

理解：电脑，打印机和图片输出，纸张的重要性。

（四）深入操控数码相机

理解：影像质量、图片大小的选择，数字图像储存格式。

应用：感光度的设定，曝光模式的选择，白平衡模式。

（五）数码摄影技术与艺术

应用：图像来源，拍摄技术考虑。

（六）数码广告摄影创作实践

应用：广告图像的创意，尝试激发灵感，图像表现形式的借鉴。

（七）数码图像的后期制作

理解：拼贴合成，图像同构。

应用：色彩要素的运用，扭曲变形的视角效果，实拍与超现实图像呈现。

**第三部分 有关说明与实施要求**

**一、考核的能力层次表述**

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

**二、指定教材**

《广告摄影（第四版）》，张西蒙编著，中国轻工业出版社，2024年版。

**三、自学方法指导**

1、在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节。在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

**四、对社会助学的要求**

1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7、要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

8、助学学时：本课程共5学分，建议总课时90学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
| 第一章 | 广告摄影概述 | 12 |
| 第二章 | 广告摄影的创意与艺术表现价值 | 14 |
| 第三章 | 广告摄影与视觉心理 | 12 |
| 第四章 | 摄影器材 | 12 |
| 第五章 | 广告摄影的光源和用光的基本原理 | 14 |
| 第六章 | 广告摄影的内容及常用技法 | 14 |
| 第七章 | 数码摄影 | 12 |
| 合 计 | | 90 |

**五、关于命题考试的若干规定**

1．本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2．笔试的比例一般为识记占30%，理解占40%，应用占30%。

3. 试题难易程度应合理：易、中等难度、难。难题部分比例不超过20%。

4．笔试试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、名词解释题、简答题、论述题。

5．笔试采用闭卷考核方式，考试时间150分钟，按百分制计分，60分为及格。

**六、题型示例**

（一）单项选择题

使闪光灯光质变软的主要工具是

A．反光罩 B．挡光板 C．柔光箱 D．束光筒

（二）多项选择题

反射光的多少取决于

A．被摄体的反射率  B．光源强度

C．视点与照射到被摄体的光的角度  D．照射距离

（三）名词解释题

超焦距

（四）简答题

简述数码相机的主要结构和工作原理。

（五）论述题

请结合实例，论述广告摄影作品中视觉流程运动的特点。