**北京市高等教育自学考试课程考试大纲**

**课程名称：数码摄影 课程代码：08498（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**

《数码摄影》是北京市高等教育自学考试艺术设计（专科）专业的一门专业核心课程，是必考课程。本课程注重理论与实践相结合，是重点培养学生综合能力的专业课程。数码摄影是广告设计中展示与传播商品信息、促进商品销售的主要表现手段之一，被广泛使用；同时数码摄影有别于其他摄像与摄影形式，兼具商业性与艺术性，并形成了完整的内容与技术体系。本课程密切联系数码摄影工作实际，强化知识的综合运用与技能的熟练掌握，对学生后期学习与创作的开展起到理论与技能双重支撑作用。

**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，数码摄影课程从广告学专业视角出发，全方位讲授基础知识、拍摄技巧、创意与设计方法等内容。通过课程，学生能够对数码摄影有全面深入的了解与认识，知晓其相关实际应用情况与发展趋势，熟练掌握创作的基本方法、思维方式及技术技巧，能高质量地完成广告设计中摄像与摄影工作，实现本专业人才培养的知识、能力、素养全面要求，满足现代社会广告产业发展的人才需求。

本课程的考核章节为: 第一、二、三、四、五、六、七、九、十一、十二、十三章；重点章节是：第一、五、六、七、九、十一、十二、十三章；不考核章节为：第八、十章。

**三、与本专业其他课程的关系**

数码摄影课程是艺术设计（专科）专业的一门核心课程，是培养学生核心技能的主要课程，其先修课程是《构成（平面、色彩、立体）》。

**第二部分 考核内容与考核目标**

**第一章 概述**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解什么是广告摄影、广告摄影的分类等及广告摄影师的要求，理解广告摄影的性质、功能、特点与要求。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）商业广告摄影的性质与功能

识记：商业广告摄影的性质。

理解：商业广告摄影的功能。

（二）商业广告摄影的特点与要求

理解：商业广告摄影的五点要求。

（三）商业广告摄影的分类

识记：商业广告摄影的三种分类。

（四）时代对广告摄影师的要求

理解：广告摄影师的六点要求

**第二章 广告摄影的场地与器材配置**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解广告摄影的场地与器材基本配置，熟悉掌握在各种拍摄环境下的灯具、背景、静物摄影台、相机等器材的类型与选用。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）摄影棚

识记：摄影棚的种类。

理解：各种类型摄影棚的差异与使用。

（二）棚内基本设施

识记：闪光灯的要求与工作原理；闪光灯、灯架、背景、静物摄影台的分类。

理解：闪光灯的配置；背景的基本使用方法。

（三）广告摄影使用的相机及技术要求

识记：广告摄影的相机分类。

**第三章 大画幅相机的基本操作技巧**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解大画幅相机的基本结构与镜头特点，熟悉掌握大画幅相机的基本操作，熟练应用调校技术、曝光量计算等摄影技术进行广告拍摄。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）基本结构

识记：大画幅相机分类及其基本结构。

（二）镜头

理解：镜头的焦距与像圈。

（三）基本操作

识记：大画幅相机机身、镜头、胶片的安装方法。

应用：大画幅相机的调节方法与步骤、拍摄方法与步骤。

（四）调校技术

识记：大画幅相机的调节步骤。

理解：大画幅相机透视感拍摄调校技术；俯仰角快速调节法；沙姆定律；反沙姆定律。

应用：广告拍摄中大画幅调校技术的实际应用。

（五）近摄时曝光量的计算

识记：曝光量计算公式。

理解：曝光量与焦距及光圈的关系。

应用：延长皮腔增加曝光表技术的实际应用。

**第四章 闪光灯与测光表的使用**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解闪光灯及其配件的组成与结构，熟知测光表的种类与特点，熟悉掌握闪光灯的调节及配件使用方法、测光表的应用、测光棒的使用等。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）闪光灯的使用基础

识记：闪光灯的分类与结构；柔光箱的结构；闪光灯触发器的结构。

理解：各种类别闪光灯的特点与应用；柔光箱的作用；反光罩、挡光板及束光桶的作用。

应用：闪光灯的调节；柔光箱的使用；反光罩、挡光板及束光桶的使用；闪光灯触发器的使用。

（二）测光表及其应用

识记：测光表的种类；光比的定义；大画幅相机测光棒。

理解：入射式、反射式及点测光等测光方式的特点；光比与光源的关系；光比的测定与调整方法；大画幅相机测光棒使用方法。

应用：入射式、反射式及点测光等测光方式的实际应用；光比的测定与调整的实际应用。

**第五章 不同质地产品的布光与拍摄**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解吸光体、反光体与透明体的基本区别以及在拍摄时的布光要求与拍摄要求，熟练掌握并应用各种布光方法、用光技巧与拍摄方法，并能够完成相关广告摄影工作。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）吸光体

识记：吸光体、反光体与透明体的定义；吸光体的特点。

理解：吸光体的拍摄技巧；展示式布光、无投影布光、魅力布光、渐变布光的特点及方法。

应用：吸光体的拍摄技巧与布光技术的实际应用。

（二）透明体

识记：透明体的特点。

理解：透明体的拍摄技巧；浅背景的布光、黑背景的布光、渐变色布光、渐变调布光的特点及方法；透明液体与玻璃制品的拍摄技巧。

应用：透明体的拍摄技巧与布光技术的实际应用。

（三）反光体

识记：反光体的特点。

理解：立体状反光物与扁平状反光物的布光方法与技巧；利用光影构成布光的方法与技巧。

应用：反光体的拍摄技巧与布光技术的实际应用。

**第六章 特殊效果的拍摄技巧**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解拍摄桌面静物广告时常用的多次曝光、多图层合成、动态表现、悬浮等各种效果的拍摄技法，熟练掌握并应用这些拍摄技法进行相关广告摄影工作。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）多次曝光和图层叠加

识记：多次曝光的两种方法；影像添加定义；影像叠加定义；图层叠加定义。

理解：影像添加拍摄方法；影像叠加拍摄方法；图层叠加拍摄方法。

应用：影像添加、影像叠加、图层叠加的拍摄技法的实际应用。

（二）动态效果

理解：高速凝固、慢门同步闪光、背景抽拉等动态效果拍摄方法的特点。

应用：高速凝固、慢门同步闪光、背景抽拉等动态效果拍摄方法的实际应用。

（三）悬浮物的拍摄

理解：隐蔽支撑、横拍竖看、正拍倒看、玻璃搁置等悬浮效果拍摄的方法与技巧。

应用：隐蔽支撑、横拍竖看、正拍倒看、玻璃搁置等悬浮效果拍摄方法的实际应用。

**第七章 桌面静物商品的拍摄技巧**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解拍摄桌面静物静物拍摄的技术、设备使用、布光等基本理论与拍摄技法，熟练掌握并应用这些拍摄技法进行相关广告摄影工作。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）饮料酒类化妆品的拍摄

理解：玻璃制作的瓶体的拍摄方法、拍摄物体勾勒外围线的一般规律。

应用：玻璃制作的瓶体、拍摄物体勾勒外围线的方法和实际应用。

（二）手表、首饰、玉器

理解：电子表、手表特写和特大特写、玉坠、玉佩饰品的拍摄方法。

应用：电子表、手表特写和特大特写、玉坠、玉佩饰品拍摄方法的实际应用。

（三）手机、眼镜、文化用品

理解：现代手机、一般眼镜的拍摄方法。

应用：现代手机、一般眼镜的拍摄方法拍摄方法的实际应用。

（四）皮革用品

理解：小型皮夹、女士手包、手机袋、皮质眼睛套、皮包、皮带的拍摄方法。

应用：小型皮夹、女士手包、手机袋、皮质眼睛套、皮包、皮带拍摄方法的实际应用。

（五）水果、蔬菜

理解：瓜果、盒装水果、水果组合搭配的拍摄方法。

应用：瓜果、盒装水果、水果组合搭配拍摄方法的实际应用。

（六）食品、菜肴

理解：生日蛋糕、薄荷糖等的布光方法。

应用：生日蛋糕、薄荷糖等拍摄方法的实际应用。

（七）餐具、厨具、洁具、瓷器

理解：不锈钢餐具、电镀水龙头、瓷器的布光方法。

应用：不锈钢餐具、电镀水龙头、瓷器拍摄方法的实际应用。

（八）小家电、小五金、日用品

识记：小家电的拍摄环境、小五金刀具布光方法、化妆刷布光方法。

理解：小家电、小五金刀具、化妆刷拍摄方法的实际应用。

**第九章 淘宝商品的拍摄**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解淘宝商品拍摄的技术、设备使用、布光等基本理论与拍摄技法，熟练掌握并应用这些拍摄技法进行相关广告摄影工作。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）电子商品图片的拍摄工具与技术要求

理解：用于网络上传的图片拍摄的技术要求。

应用：用于网络上传的图片拍摄方法方法的实际应用。

（二）“淘宝”商品的拍摄与处理技巧

理解：淘宝商品介绍的表现手法和拍摄方法。

应用：淘宝商品介绍的表现手法和拍摄方法的实际应用。

（三）淘宝时装的拍摄特点与要求

理解：淘宝时装拍摄场景与环境选择和拍摄方法。

应用：淘宝时装拍摄方法的实际应用。

**第十一章 广告画面总体设计**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解并熟练掌握摄影广告中画面的图文关系，掌握版式设计的方法，能够熟练应用设计技巧于摄影广告创作。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）图文关系—图片的主体性、主题与广告语

识记：图像与文字的关系；图像的作用；文字的作用。

理解：广告文字与广告形象的使用。

（二）版式设计的基本要素—标题、商标、文字、图片

识记：摄影广告的基本设计元素构成。

理解：广告标题分类与特点；正文的撰写与作用；口号的作用；商标的作用。

应用：摄影广告基本设计元素间的关系与实际应用。

（三）不同的版式结构

理解：版式的重要性；标准型、标题型、叠加型、分离型、重复型版式的设计特点。

应用：版式设计法则的实际应用。

**第十二章 广告画面的形式处理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解并熟练掌握写实性广告、寓意性广告、喻示性广告、情感性广告设计特点与应用，并将其熟练应用于各种摄影广告创作中。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）写实性广告

理解：写实性广告特点与分类。

应用：主体式与陪体式广告设计特点与实际应用。

（二）寓意性广告

理解：寓意性广告特点与分类。

应用：比喻式、隐喻式、寄体式、类比式广告设计特点与实际应用。

（三）喻示性广告

理解：喻示性广告特点与分类。

应用：对比式、悬念式、夸张式、借用式广告设计特点与实际应用。

（四）情感性广告

理解：情感性广告特点。

应用：情感性广告创作方法。

**第十三章 广告主题的创意表现**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应了解并熟练掌握广告创意设计中形象、情境等内容的设计方法，并能够熟练将其应用于各种广告摄影创意中。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）形象要生动准确

识记：创意的定义、内容与作用。

理解：广告摄影创意中形象表达的方法。

（二）要合乎情理

理解：广告摄影创意中逻辑与情理表达的要求。

（三）应富有想象力

理解：广告摄影创意中运用想象力进行创作的方法。

**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**

《广告摄影攻略》，韩程伟著，浙江摄影出版社，2014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、方法等在实践中熟练应用，从而加深对问题的认知、理解和记忆，加强对技能的掌握与应用，不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当摄影实践是理解、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实际应用，注重理论联系实际和技能的综合使用。

**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，刻苦实践技术，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2学分，建议总课时36学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章 次 | 内 容 | 学 时 |
| 第一章 | 概述 | 2 |
| 第二章 | 广告摄影的场地与器材配置 | 2 |
| 第三章 | 大画幅相机的基本操作技巧 | 2 |
| 第四章 | 闪光灯与测光表的使用 | 2 |
| 第五章 | 不同质地产品的布光与拍摄 | 4 |
| 第六章 | 特殊效果的拍摄技巧 | 4 |
| 第七章 | 桌面静物商品的拍摄技巧 | 4 |
| 第九章 | 淘宝商品的拍摄 | 4 |
| 第十章 | 广告画面总体设计 | 4 |
| 第十一章 | 广告画面的形式处理 | 4 |
| 第十二章 | 广告主题的创意表现 | 4 |
| 合 计 | | 36 |

**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：填空题、名词解释题、单项选择题、多项选择题、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）填空题

商业广告摄影是一种依附于\_\_\_\_\_\_ 的摄影创作。

（二）名词解释题

沙姆定律

（三）单项选择题

广告文字包括了

A.标题与口号 B.口号与正文 C.标题与正文 D.广告语与口号

（四）多项选择题

下列属于多次曝光常用方法的是

A.影像添加 B.慢门同步闪光 C玻璃搁置 D.影像叠加

（五）简答题

简述商业广告摄影分类。

（六）论述题

广告摄影的创意表现需要注意哪些问题？