

# 《商业摄影与创意（高等院校“十二五”规划教材 ·摄影专业）》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2012年01月01日

开本：16开

纸张：铜版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787538171648

## 内容简介

《商业摄影与创意》讲述了商业摄影创意是商业摄影制作的核心，是整个广告推广系统的关键部分，它将直接影响广告品牌形象的树立、影响受众者对广告的信任感，进而影响提高消费群体的审美价值和审美情趣、满足现代生活要求等。《商业摄影与创意》介绍了商业摄影与创意的两个要求，商业摄影创意构思的方法。总结了优秀的商业摄影创意必须以商品的广告销售推广为本，兼顾视觉传达艺术性的追求，从而使商业性要求和艺术性追求完美结合。《商业摄影与创意》还精选了200多幅优秀的商业摄影作品，图文并茂、相得益彰，让读者在图解范例中获得知识，在愉悦欣赏中掌握创作方法。

《商业摄影与创意》适用面广，既可作为高等艺术院校摄影专业和艺术设计相关专业的教材，也可作为摄影爱好者及商业摄影从业者的参考用书。

## 作者简介

王传东，山东工艺美术学院数字艺术与传媒学院院长教授毕业于中央美术学院、澳大利亚昆士兰美术学院发表论文27篇，出版《创意摄影》、《超越影像的价值》等19部专著主持国家“十五”、“十一五”高等教育教材规划项目的编写工作2007年获教育部“中国摄影教育优秀教学成果奖”2006年承担的《广告摄影》被评为山东省精品课程2009年《现代摄影教程》被评为山东教育厅优秀教材一等奖教育部国家数字艺术实验教学示范中心主任中国摄影家协会高教委员会副秘书长山东省摄影家协会副主席山东省高校摄影学会副主席

## 目录

### 第1章 商业摄影概述

#### 第一节 商业摄影的起源与发展

#### 第二节 商业摄影的功能及特征

#### 第三节 商业摄影的领域

#### 第四节 商业摄影在整体广告活动中的作用

### 第2章 商业摄影的媒介与信息传达

#### 第一节 产品的内涵与发展

#### 第二节 摄影的内涵与发展

#### 第三节 商业摄影与媒介

第四节 商业摄影的评价标准

第五节 商业广告摄影师

第六节 商业摄影的信息传递

第3章 商业摄影中的意境表达

第一节 意境是摄影人思想的表现

[显示全部信息](#)

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)