

課程名稱：17063_如何運用手邊道具，拍出專業商品照 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**小微企業主、電商經營者、職場新鮮人。商品攝影的本質建立在對自家商品的了解上，適合需要自行將商品拍照上架、預算與人手有限的經營者。
- **能力門檻：**入門。無需具備專業攝影背景，課程會從基礎的概念、光源控制與企劃邏輯開始補齊知識。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：商品照片的行銷與宣傳應用** — 了解商品照在電子商務（主圖、功能介紹、情境圖）、電子報與實體印刷物（行錄、傳單）的定位與規劃。
 - **章節二：影像表現方式與企劃** — 剖析「情境照」與「去背照」的選擇差異，以及如何透過商品的前世今生（過去、現在、未來）準備拍攝道具與故事。
 - **章節三：構圖與視覺擺設美學** — 掌握主角、配角、背景與前景的比例與位置安排，快速凸顯主力商品。
 - **章節四：拍攝器材與光源控制** — 評估手機與相機的適用情境，以及控光、燈光升級對商品質感的關鍵影響。
 - **章節五：後製修圖與攝影師溝通** — 了解拍攝後的修圖美化概念，以及如何有效與專業攝影師溝通拍攝需求。

3. 必備前置知識清單

- **基礎智慧型手機操作：**具備基本的手機拍照與對焦操作經驗即可（特殊商品如微距珠寶才需考慮專業相機）。
- **對自家商品的了解：**需清晰掌握自家主力商品及其核心特色。

4. 專有名詞與概念辭典

- **情境照**：將商品置於特定空間、燈光與搭配物件中（如將手工麵包放在下午茶餐桌上），透過氛圍傳遞商品使用故事與加分價值的照片。
- **去背照**：以單色或純白背景為主的照片，用來單純、清晰地展現商品的規格、細節與功能，常見於 3C 或規格化產品。
- **商品的前世今生**：透過思考商品的過去（原料/來源）、現在（成品）與未來（組合/應用），來列出拍攝情境照時所需準備的相關搭配道具。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃、電商營運人員
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **行銷視覺規劃能力**：能根據不同銷售管道（如商城主圖、社群情境圖、電子報）規劃對應的商品視覺策略。
 - **商品擺設與拍攝執行能力**：能靈活運用去背與情境風格、擺設構圖法及基礎控光技巧，獨立產出高質感的商品圖照。