

Uvod

Rapidnom ekspanzijom, digitalna tehnologija je danas postala neizbježan dio naših života. Dostupna je svima i više ne predstavlja karakteristiku visokog staleža kako je do nedavno bilo. Digitalni fotoaparati i prateća oprema predstavljaju moćno oružje u današnjem poslovnom svijetu i ovim radom bih htio pokazati kako se može iskoristiti u oblasti marketinga.

Glavni predmet istraživanja biće reklamna fotografija. Upoznaćemo se sa pojmom reklamne fotografije, opremom koju koriste profesionalci, kako hardverskom tako i softverskom, koja nam naknadno daje neograničene mogućnosti u povećanju kvalitete fotografije i pojačavanju onog što želimo da naglasimo. Naravno, sagledaćemo stvari i iz ugla marketing menadžmenta i prikazati kako se mogu dobiti vrhunske usluge koje će se koristiti za pozicioniranje sopstvene usluge ili proizvoda na tržište.

U današnjem poslovnom svijetu, kada se tuđi rad sve manje cijeni, pokušaćemo prikazati koliko je truda, rada i kreativnosti potrebno da bi se stvorila kvalitetna reklamna fotografija.

Reklamna fotografija je u bliskoj vezi sa ljudskim osjećanjima i ljudskim osnovnim potrebama i željama. Služi kao stimulator za različito potrošačko ponašanje. Kada vidimo slike na naslovnica časopisa, bilbordima ili reklamne banere pretražujući internet, oni nam šalju direktnu poruku. Čak i najobrazovaniji ljudi, koji važe za najsumnjičavije, često ne ostanu imuni na marketing trikove. Preljepim fotografijama koje prikazuju srećne parove, porodice, turističke destinacije ili poslovne ljude u radnom okruženju bez stresa rijetko ko može da odoli.

Prikazaćemo kako je dinamičan, kreativan i zahtjevan posao profesionalnog fotografa, naročito u današnje vrijeme kada se tuđi rad u sve većoj mjeri omalovažava. Pogrešno je vjerovanje da je za dobru fotografiju potreban samo dobar fotoaparat, ali ćemo ipak govoriti i o određenim kriterijima koje fotografska oprema mora zadovoljiti.