

考试科目：专业理论基础（专） 适用专业方向：艺术设计（07 研究方向）

复习要求：

理解艺术设计概论中的思想、原理，熟悉艺术设计的分类和特点，了解中外艺术设计的历史发展及数字媒体艺术设计的未来展望，熟悉数字媒体艺术的分类、基本特征及表现形式。能熟练的操作相关专业软件进行数字出版、数字视觉传达、信息艺术的创意设计。

二、主要复习内容：

A：设计理论

重点：

了解中外设计历史发展及数字媒体艺术设计的未来展望。

熟悉数字媒体艺术的分类、基本特征及表现形式。

理解数字媒体艺术与信息社会发展、数字媒体艺术与技术及人文精神。

B：设计基础

重点：

理解艺术设计的基本原理和形式法则，掌握数字媒体艺术与技术专业知识，能够熟练运用相关专业如：数字图形、图像编辑软件、音频编辑处理系统、多媒体制作软件及装置等进行创意设计。

C：专业设计

重点：

在手绘设计方案草图的基础上，熟练的运用相关设计软件对数字出版、数字视觉传达、信息艺术进行创意设计。

备注：

初试：根据命题要求，采用手绘设计表现（工具及表现形式不限），并附设计说明。

复试：运用常用专业设计软件进行计算机创作

三、参考书目：

《设计学概论》（修订本）尹定邦 湖南科学技术出版社 2009 年

《数字媒体艺术概论》李四达 清华大学出版社 2006 年

《电子出版技术》谢新舟 北京大学出版社 2006 年

《交互设计概论》李四达 清华大学出版社 2009 年

复习要求：

了解中外设计历史的发展及城市形象设计的基本概念和未来指向，理解公共艺术、景观、建筑设计与城市文化、自然环境的关系，掌握城市形象艺术设计的表现语言和形式，熟悉城市空间的设计的原则和方法，具备较强的计算机虚拟现实艺术与技术设计的基本技能。

二、主要复习内容：

A：设计理论

重点：

了解中外设计历史的发展及城市形象设计的基本概念和未来指向，理解公共艺术、景观、建筑设计与城市文化、自然环境的关系，熟悉城市形象艺术设计的原则和方法。

B：设计基础

重点：理解当代城市形象艺术设计的基本原理和方法，熟练掌握专业设计的规律及其综合表现技能。

C：设计实务

重点：在手绘设计方案草图的基础上，熟练的运用相关设计软件对城市公共艺术、环境景观及建筑进行创意设计。

初试：根据命题要求，采用手绘设计表现（工具及表现形式不限），并附设计说明。

复试：运用常用专业设计软件进行计算机创意设计

三、参考书目：

《城市形态》（美）凯文·林奇 华夏出版社 2007 年

《城市公共艺术》翁剑青 东南大学出版社 2004 年

《景观设计学》[美]约翰·Q 西蒙兹 中国建筑工业出版社

《现代建筑理论》刘先觉 中国建筑工业出版社 200 年

《数字化建筑设计概论》中国建筑工业出版社 2007 年

《什么是展示设计？》（美）简·洛克、李·H. 斯科尼克、（澳）克雷格·伯杰中国青年出版社

复习要求：

了解中外动画艺术及游戏的历史发展、现状及未来趋势，关注各不同时期的成功经典案例。熟悉动画艺术及游戏设计其原理、原则、特点、方法，了解影视后期特效的制作与系统流程。熟练操作相关专业软件就动画及游戏等进行创意设计。

二、主要复习内容：

A：设计理论

重点：

了解中外动画艺术的历史发展、现状及未来趋势，关注各个不同时期的成功经典案例。熟悉动画艺术创作其原理、原则、特点、方法。了解影视后期特效的制作与系统流程。

B：设计基础

重点：动画剧本写作及画面分镜

- 1 动画剧本写作：根据给定材料创作动画短片剧本。
- 2 根据剧本设计连贯的画面分镜。
- 3 影视后期编辑与特效制作。

C：专业设计

重点：

在手绘设计方案草图的基础上，熟练的运用相关设计软件对动画、游戏、影视后期特效进行创意设计。

初试：根据命题要求，采用手绘设计表现（工具及表现形式不限），并附设计说明。

复试：运用常用专业设计软件进行计算机创作

三、参考书目：

- 《动画艺术概论》冯文 孙立君 海洋出版社 2007 年
《动画前期创意》王川 武青寒 高等教育出版社 2003 年
《准备分镜图——动画编剧与角色设定》（美）Nancy Beiman 人民邮电出版社 2008 年
《游戏设计理论》（美）Chris Crawford 中国科学技术出版社 2004 年
《游戏设计完全教程》（美）珍妮·诺瓦科 上海人民美术出版社 2008 年
《影视后期编辑与特效》肖永亮 袁淑敏 电子工业出版社 2010 年

复习要求：

要求学生研究文化经济运动的基本规律，揭示文化经济对于现代社会进步和社会发展的作用和意义，丰富人们关于文化和经济的理论系统与政策系统。同时应了解品牌文化的基本概念、特质、功能和构成，并对品牌价值演进和品牌价值效应进行逻辑分析；在理论分析的基础上，建立了品牌文化战略模型，提出通过品牌文化各要素的培育，建设品牌文化，从而提升品牌资产、增强企业竞争力。

从创造力到执行力，所有顶尖策划人均必须考虑多元关键细节与环节；命题文案创作要求“知道策划是什么，更要知道为什么”，从中悟出策划方法，悟出深层次的策划之道，进而能具体写出好的文案创作。

命题文案创作强调原创性与效益性，不但能展现出独特点，创造出差异化，进而能策划出好的行动方案。

二、主要复习内容：

1、艺术文化经济学

文化经济是人类社会发展的重要形态和重要现象，是人类社会发展的基本动力之一。从艺术部门的微观角度来讨论文化艺术行业的经济问题的；研究对象包含了戏剧、歌剧、交响乐、舞蹈等形式的表演艺术与绘画和雕塑艺术等。

2、文化市场营销学

从文化市场营销环境的了解到文化市场竞争者、文化市场消费者分析，进而运用文化产品营销组合及文化企业营销管理，推展图书、报业、音像、演出、娱乐、文化旅游、会展等市场营销。并将此专业素养与能力，结合策划技巧，进而能写出具体的文化市场营销策划案。

3、品牌文化战略研究

品牌理论是现代营销学的前沿理论，品牌文化研究拓展了品牌理论研究的范畴。了解国内外品牌理论研究的发展与品牌文化研究的新思想，建构了基于品牌文化和管理文化的企业文化新范式；进而论述品牌文化战略中的创新与控制问题，阐述保持品牌活力中企业创新力和控制力统一的管理哲学思想。

4、营销策划——方法、技巧与文案

了解营销类策划、地产旅游类策划、品牌类策划、药类策划、广告类策划及创意类策划等各类策划案例，经过整理分析，提炼出成功的策划架构内容，进而能训练出文案写作能力。

三、参考书目：

《艺术文化经济学》海尔布伦和格雷 中国人民大学出版社 2007 年

《创意产业经济学》理查德·凯夫斯 新华出版社 2005 年

《文化产业规划案例精选》顾江主编 东南大学出版社 2008 年

《文化市场营销学》李康化 书海出版社 2006 年

《品牌文化战略研究》朱立 经济科学出版社 2006 年