

上海大学 2013 年硕士研究生招生考试大纲

考试科目：715 专业理论基础（专）

适用专业：艺术设计（16 文化经济方向）

一、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型策划案例，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：

1. 《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
2. 《创意产业经济学》理查德·凯夫斯 新华出版社 2005 年
3. 《文化产业规划案例精选》顾江主编 东南大学出版社 2008 年
4. 《文化市场营销学》李康化 书海出版社 2006 年
5. 《品牌文化战略研究》朱立 经济科学出版社 2006 年