

中国传媒大学硕士研究生招生考试

初试科目《设计艺术学综合》考试大纲

一、 考试目的及要求

本科目是设计艺术学专业下属各方向（设计艺术史论、广告设计和创意媒体设计）的学术型硕士研究生入学考试的初试科目。本科目考试旨在全面考察考生对设计艺术学相关知识的储备和综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力。

1. 要求考生熟悉设计艺术史的发展进程，掌握设计艺术学的基本概念和美学原理，具有设计思辨的逻辑理性，能对设计作品和设计现象进行阐释和评价。
2. 要求考生具备运用设计知识、设计技能、设计思维与设计方法的综合能力，对于设计、艺术、媒介与广告的历史与现状有清楚的认知，对设计未来的发展有独立的思考，并能将设计认知融入创意思维，完成设计创意与设计表达。
3. 要求考生了解设计的媒介形态和传播形式，掌握媒体设计的创意思维和基本技能，能对人、信息和媒体之间关系进行创新性思考与设计实践，对探索未来媒体创意、艺术与科技相结合的设计趋势具备敏锐的感悟能力。

二、 考试内容

（一）设计历史

1. 设计思潮
2. 设计风格
3. 设计文化

（二）设计理论

1. 认知心理
2. 设计美学
3. 设计媒介与传播
4. 设计思辨与批评

（三）广告设计

1. 平面广告与视觉传达
2. 品牌设计与形象系统
3. 环境媒体与互动广告

4. 互联网数据洞察与计算广告

(四) 媒体设计

1. 媒介材质与功能的拓展设计

2. 数字媒体与交互设计

3. 叙事性空间与综合媒材设计

(五) 设计方法与创作基础

1. 字体与文案

2. 标志与品牌

3. 海报与形象

4. 媒介与空间

三、 试题类型

主要题型可能包括：名词解释、简答题、论述题和创作题。

四、 考试形式及时长

笔试。考试时长为三小时。

五、 参考书目

1. 设计史、设计概论、广告设计、媒体设计等相关理论书籍，不限版本；
2. [美]唐纳德·诺曼：《设计心理学》，北京：中信出版社，2015.
3. [英]彭妮·斯帕克：《设计与文化导论》，南京：译林出版社，2012.
4. [美]维克多·帕帕奈克：《为真实的世界设计》，北京：中信出版社，2012.
5. 丁俊杰、康瑾：《现代广告通论》，北京：中国传媒大学出版社，2013.
6. 谭力勤：《奇点艺术》，北京：机械工业出版社，2018.