第一图书网, tushu007.com

<<起承转合>>

图书基本信息

书名：<<起承转合>>

13位ISBN编号：9787203057055

10位ISBN编号：7203057054

出版时间：2006-10

出版时间：山西人民出版社

作者：刘波

页数：218

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

前言

我国清代学者刘熙载在他的《艺概》有这样的说法，起者，起下也；合者，合上也；中间用承用转，皆顾兼趣合也。
人的一生当中也有很多的起承转合，才把人生的不同阶段串联起来。
而现在我们的美术设计教育亦是如此。
刘波老师的这部《起承转合》对我们的设计教育如何将传统和现代结合，将教学与实践、学术和现代科技相结合不啻是个非常好的启发。

在《起承转合》中，刘波老师从现代企业品牌的文化建设和消费者需求心态分析入手，探讨了影视广告设计这门学科涉及到的一些问题，强调不仅要加强对学生基础知识的教育，同时也要将对课题后期制作的理解和研究纳入到教学的轨道上来，更提出了关于这门学科的评判价值的研究方向，用课题教学的方式来带动影视专业的学科建设。
特别是实施课题实践同期性的教育方式，突破了长期以来设计教育的基本模式，这将给设计教育的同行们以有益的启示。

我相信美院的学生如果能够广泛接触市场、社会，将学院里学到的知识同实际社会需要融合起来，眼观六路，耳听八方，才能避免“盲人骑瞎马，夜半临深池”的尴尬和困境，学生们创作的路子也会更宽广些，且一定能走出一条新的路子来。

第一图书网, tushu007.com

<<起承转合>>

内容概要

在《起承转合》中，刘波老师从现代企业品牌的文化建设和消费者需求心态分析入手，探讨了影视广告设计这门学科涉及到的一些问题，强调不仅要加强对学生基础知识的教育，同时也要将对课题后期制作的理解和研究纳入到教学的轨道上来，更提出了关于这门学科的评判价值的研究方向，用课题教学的方式来带动影视专业的学科建设。
特别是实施课题实践同期性的教育方式，突破了长期以来设计教育的基本模式，这将给设计教育的同行们以有益的启示。

第一图书网, tushu007.com

<<起承转合>>

书籍目录

第一章 课程目的、教学计划、企业配合第一节 课题综述、教学目的、内容、要求及课程计划第二节 青鸟企业经营理念及教学配合第二章 青鸟健身企业品牌形象片第一节 课题市场调研第二节 策划与创意剧本第三节 拍摄与后期制作第三章 青鸟瑜伽品牌推广片第一节 课题市场调研第二节 策划与创意剧本第三节 拍摄与后期制作课题备忘录影视广告课题总结课程感悟课题分析青鸟瑜伽品牌海报设计附录主要参考书目作者简历后记

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

21世纪是以人为本的知识经济时代，在高度发达的信息社会里，　　人们将生活方式和生存质量放在生活中极为重要的位置。
人类执著的认知世界的惯性，形成了非常自我的价值取向。
人性化、个性化、同质化的消费心态和观念，呈现出一种追求品质、交互融合的发展趋势。
针对当前快速而复杂的市场发展格局，作为激活市场、引导消费并传　　递信息的广告学科，中央美术学院设计学院第八工作室的师生从现代　　广告设计和视听广告媒介生态学的研究角度，对青乌健身、青乌瑜伽两个企业品牌形象广告进行了较为深入的教学实践和课题研究。
现就　　第八工作室的教学理念、学术追求、课题资源及发展现状作以下介绍。
一、设计学科的机遇和挑战第八工作室的教学和学科发展方向，侧重于视听媒介的视觉艺术设计，以市场经济结构影响下人们的生活方式和消费意识来作为教学研究的重点，意在将传统的广告学置于一个迅猛变化的社会背景下，力图让本科、研究生阶段的教学科研以一种跨学科、综合的眼光对信息传播领域有较为全面的、动态的把握，并从教学与课题实践中积聚经验，逐步形成自己的教学特色与学术思想，努力将高新科技不断地引入到视听传媒中的影视艺术学科体系里来。
工作室在教学中强调课题教学的重要性和实践的指导意义，注重培养学生在艺术审美、设计理论、学术思想、专业知识、技术和应变能力等方面的提高。
强调艺术思维与设计课题实践的创新能力的系统性提高，并将平面设计的传播载体扩展延伸到多维的视觉领域——多媒体交互式的视觉识别系统中去。
当今，现代设计与和谐社会及高新科技的交融关系，赋予设计学科高度的社会责任感，设计与生活、市场建立起更为综合的态势，更加突出了现代信息设计与人们的消费意识这两者间的互动关系。
我们研究视听艺术的媒介生态就是为了更好地传达出更人性化、更准确、更快捷的信息资源。
在教学课程设置中比较注重学科结构的节点链接和课题实施计划及教学目标阶段的评估。
通过教学实践和课题研究来积累经验，从而获取更多的学科资源和教学研究成果。
工作室现开设的专业课程有：影视广告设计、电视媒体形象包装设计、信息导向视觉设计、广告品牌形象设计、广告策划与推广视觉设计和字体形态设计。
设计理论课程有：媒介生态与视听艺术、品牌广告传播学、市场营销学、设计实践与管理和设计艺术史等。
针对本书的课程特点，现就影视广告课题的教学过程作进一步的阐述。
首先，这次影视课题教学得到了北京青鸟健身有限公司董事长李镔先生的大力支持及他的企业团队对我们的教学所给予的倾心备至的关心与配合。
这里，作为课题教师和所有参加课题学习的同学们，真切地向青鸟企业的领导和所有员工表示感谢。
正是他们的支持和理解，为实施课程计划和课程目标打下了坚实的基础。
根据设计学院现有条件、资源和学生所掌握的专业知识、技能，要完成这样专业性强、标准高、难度大的现实课题属第一次，可想而知面对的各种压力和困难都是相当大的。
这中间，信任和理解起到了巨大的凝聚作用。
尤其体现在企业与课题教师、同学们和谐的精神意识之中的方方面面。
　作为任课教师，在课题实施之前必须周详地考虑这次课题教学的意义和特点，要求对课题的内容结构、目标计划、实施环节、运作管理和风险等诸多方面问题必须深思熟虑。
因为影视广告的创作投入素有“千人成本”的清规戒律，所以制订结构严密的课题教学计划是非常重要的。
必须明确课题的教学目的、教学内容、教学方法、教学计划和学术观点等。
（一）教学目的1.了解影视广告科学发展的历史、特征、种类及现状。
熟悉视听广告媒介在经济高速增长、全球性的商品市场竞争及消费意识日趋成熟的信息社会里，对商品销售和社会公益的传播功能所起到的巨大作用。
2.熟悉影视广告的科学特征、质、前期市场调研与策划、创意与剧本、拍摄与后期制作的流程。
基本掌握影视媒介对广告创作的技术要求，具备广告创意、剧本写作、故事视觉画面及拍摄的创作能

第一图书网, tushu007.com

力和制作能力。
3.结合该次课题的真实性，充分发挥师生团结协作的钻研精神，积极与青鸟企业团队配合，力争在这次课题实践中完成既定的各项课题指标，以此推动本工作室的学科建设朝着更具学术思想和促进以市场经济为中心的方向发展（二）教学内容1.影视广告概念：①影视广告的本质特征与分类；②高新科技电子成果对影视广告媒介的影响；③影视广告在物质生产过剩、产品消费同质化、广告与媒体爆炸的时代相互交融的关系；④欧美影视广告和中国影视广告的发展历史。
2.影视广告的听视系统：①听觉的概念、规律及原则；②声效在影视广告中扮演的角色；③广告歌曲、背景音乐在广告影片中的传播功能。

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

针对《起承转合：中央美术学院设计学院第八工作室影视广告实践课程》的课程特点，现就影视广告课题的教学过程作进一步的阐述。
首先，这次影视课题教学得到了北京青鸟健身有限公司董事长李镔先生的大力支持及他的企业团队对我们的教学所给予的倾心备至的关心与配合。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com