

合肥城市学院 2026年工业设计专业专升本招生 专业课考试大纲

科目一：

工业设计概论

一、考试目标与要求

《工业设计概论》考试旨在通过系统考核工业设计简史、设计与文化、设计与市场、设计与环境、跨学科关联及职业化发展等核心知识模块，全面考察考生能否正确全面了解工业设计的概念、特征、学科范围、发展历程及工业设计师的业务范围、知识结构，掌握工业设计的基本程序与方法，树立“以人为中心”的设计价值观，并具备将设计置于社会文化、市场趋势、环境约束等多维度中评估的批判性思维，为后续专业课程奠定扎实的理论基础。

参考教材《工业设计概论（双语版）》（赵立新，孙巍巍主编，水利水电出版社，2016年9月），确定该科目专升本招生考试的考核目标与要求。

二、考试范围与要求

（一）考试范围

1. 设计与工业设计

本模块主要介绍了设计的概念、本质与分类，阐明了工业设计的定义、特征与核心目标，探讨工业设计的学科属性（交叉性、实践性、创新性）及其与艺术设计、工程设计的区别，强调工业设计在现代产业体系中的作用（如提升产品附加值、推动品牌差异化）。

考核的知识点：设计、文化、文明概念间的交叉与关联；设计的概念、分类及基本原则；工业设计的定义、特征与程序。

2. 工业设计简史

本模块主要梳理工业设计的起源与发展脉络，从工艺美术运动、新艺术运动到“装饰艺术”运动、德意志制造同盟与包豪斯学派，从20世纪20-30年代的流行风格到战后各国家地域的工业设计发展，分析不同历史阶段的设计思潮与代表性作品（如迪特拉姆斯的“设计十诫”、德国博朗与乌尔姆造型学院的深度合作），并探讨当代工业设计的新趋势（数字化设计、可持续设计、服务设计）。

考核的知识点：工艺美术运动与新艺术运动的设计现象、代表人物与作品，核心思想的先进性与局限性；“装饰艺术”运动、德意志制造同盟与包豪斯学派的设计现象、代表人物与作品，核心思想的先进性与局限性；战后各国家地域的工业设计发展

概况与特点。

3. 文化因素、市场因素、环境因素与工业设计

本模块主要分析文化、市场、环境对工业设计的驱动与约束，包括文化因素（地域文化、传统文化、流行文化）在产品设计中的体现，市场因素（用户需求分析、市场竞争策略、品牌定位）对设计的驱动作用，以及环境因素（可持续材料、生命周期评估、低碳设计）对设计的约束。

考核的知识点：文化因素对工业设计的影响；设计的文化生成；工业设计在企业中的地位与作用；工业设计与产品附加价值；可持续设计的思想。

4. 工业设计与相关学科

本模块主要探讨工业设计与相关学科的交叉融合，包括工业设计与人机工程学的结合（人机尺度的设计、人机交互关系设计），工业设计与心理学的结合（消费与用户心理、用户体验设计、行为心理学），以及工业设计与工业工程的关联（降低成本、提高质量和生产率、综合性的知识体系、注重人的因素、系统优化技术）。

考核的知识点：人机工程学的研究内容及其与工业设计的结合；消费心理与用户心理；情感化设计；工业工程的定义与基本概念；工业工程的特点及其与工业设计的联系。

5. 设计的形态

本模块主要介绍了现代设计体系的形成，及针对人群、社会、环境组成的生活的世界各层面生存与发展需求的设计应对策略，主要从视觉传达设计、工业（产品）设计、环境设计三个层面阐述了设计的内涵与具体表现形态。

考核的知识点：视觉传达设计的特点及主要领域；工业（产品）设计的要素、类型；产品设计的程序与方法；工业设计师的素质和能力；环境设计的特征与要素；环境设计的分类与过程。

（二）考试要求

《工业设计概论》是工业设计专业的基础理论课程，该课程介绍了工业设计学科发展历程与概况、工业设计与相关影响因素、工业设计与相关学科、设计的形态、工业设计师应有的知识结构及素养等知识模块，通过该科目考试以确认考生能够全方位、综合性地把握技术与艺术、设计与文化的相互关系，并具备后续专业学习所需的必要理论基础，具体考试要求如下：

1. 理解设计与工业设计的基本概念及工业设计的特征与程序。
2. 掌握工业设计发展的脉络，理解典型的设计现象、设计思想、设计运动的成因与内涵，熟悉其代表人物、作品及贡献。
3. 理解文化因素、市场因素、环境因素对工业设计的影响方式与作用机制。
4. 熟悉工业设计的主干学科与相关学科，及各学科对工业设计的支撑作用。

5. 熟悉设计的各种具体形态及对应研究和解决的核心问题。

三、补充说明

1. 考试形式：笔试，闭卷

2. 试卷总分：150 分

3. 题目类型：通常包括填空题、选择题、简答题、论述题、设计题。

科目二：

设计心理学

一、考试目标与要求

《设计心理学》研究了人的心理状态通过意识作用于设计的机制，同时研究了人们在设计创造过程中的心态，以及设计对社会及其社会个体所产生的心理反应，及其反过来再作用于设计的过程，目的在于使设计能够反映和满足人们心理的作用。该考试科目旨在考察考生对设计心理学基础理论、研究方法的掌握程度，以及运用心理学原理分析设计问题、优化设计策略的能力。

参照教材《设计心理学》（田蕴，毛斌，王馥琴主编，电子工业出版社，2013年11月），确定该科目专升本招生考试的考核目标与要求。

二、考试范围与要求

（一）考试范围

1. 设计心理学概述

本模块主要介绍了设计的内涵、分类、原则及要求，阐述了心理学的产生与发展、研究意义、研究对象及研究方法，明确了一切设计都是为人服务的基本观点。

考核的知识点：设计的内涵及原则；设计心理学的研究对象和内容；设计心理学的研究意义；设计心理学的形成与发展；设计心理学的研究方法。

2. 消费者心理与设计

本模块介绍了消费者需要、动机、决策、市场细分等概念，在此基础上能够运用相关理论对市场的购买行为及产品进行分析，明确了消费者心理及消费者行为是为产品设计服务的基本观点。

考核的知识点：消费需要的概念及相关理论；消费动机的概念及动机特性、类型；消费者决策概念、理论及分析；市场细分的概念；不同性别及年龄的消费心理特点。

3. 用户心理与设计

本模块主要阐述了用户操作产品过程中的感知、注意、记忆、思维等概念，明确用户操作产品的过程既是知觉过程也是认知过程，并介绍了通过调查建立起以用户为中心的心理模型的方法。

考核的知识点：感觉和知觉的概念；用户操作过程中的知觉种类；注意、记忆及思维的概念和界面设计的原则；以用户为中心的心理模型的建立；用户出错的类型及避免出错的设计原则。

4. 审美心理与设计

本模块主要介绍了设计审美及其心理过程，产品设计中美的体现形式，阐述了中

西方不同文化背景下不同的审美心理，树立设计师提高自身审美能力与审美水平的意识。

考核的知识点：设计的审美及其心理过程；产品设计中美的体现；中国传统文化与审美心理；设计师的审美与设计。

5. 感性工学与情感化设计

本模块主要介绍了感性工学的产生和发展、感性工学与情感化设计的基本概念，阐述了产品造型、材料及使用方面与情感设计的关系，以及将感性工学知识运用到实际产品设计中的方法。

考核的知识点：感性工学的发展历程及基本概念；感性工学的应用方法；情感设计的概念；产品造型、材料、使用与情感设计。

（二）考试要求

《设计心理学》是设计类专业的基础理论课程，是一门典型的处于多学科交叉的新领域，其部分理论来自于心理学、社会学，部分理论来自于设计艺术学。它是建立在心理学基础上，把人们心理状态，尤其是对于需求的心理，通过意识作用于设计的一门学问，对工业（产品）设计起到了重要的支持与辅助作用。通过本考试检验考生是否具备后续专业学习所需的必要知识储备，具体考试要求如下：

1. 理解设计心理学的学科定位与交叉性，明确其与心理学、社会学、设计艺术学的关联，掌握设计心理学的研究对象、内容及学科交叉性，理解其形成与发展历程。

2. 掌握消费者心理、用户心理、审美心理的核心理论，熟悉消费者心理特征（如需求层次、决策过程）、用户心理要素（如认知机制、行为动机）及审美心理规律（如形式美法则、文化差异）。

3. 熟悉感性工学与情感化设计方法，具备运用心理学原理解决实际设计问题的能力，理解感性工学原理（如感性意象、情感化设计层次）及其在设计中的应用。

4. 能够从心理学角度分析设计问题，如用户操作习惯、产品吸引力、文化适配性等，能够结合消费者行为模式、用户反馈数据，提出设计改进方案。

三、补充说明

1. 考试形式：笔试，闭卷

2. 试卷总分：150分

3. 试题类型：通常包括填空题、选择题、名词解释题、简答题、设计题。