

2023年研究生导师意见评语 研究生导师 鉴定意见(优秀5篇)

范文为教学中作为模范的文章，也常常用来指写作的模板。常常用于文秘写作的参考，也可以作为演讲材料编写前的参考。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？下面是小编为大家收集的优秀范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

研究生导师意见评语篇一

王用广告作业中影片制作的监控方法与把握能力，来衡量一位创意人员是否合格，这是对广告业提出的一个狠问题。为了便于回应这个至今并未达成共识的意见，她将广告影像的形式与风格归结为一个系统，倡导用准绳作监控，而不是在专业技术上作并非专业人的外行干涉(因为那会伤到制作人的自尊而消极怠工，或是监控无力而造成放任)。她提出的影像广告构成的七条原则和规律，是一份协助创意人跨进制作门坎与影视导演、制作人对话的基础，是创意人自身专业知识补充的方便餐，更是一个便于把控工作节奏的系统方法。

为了方便认识影片系统，王用内、外两个属性概括了影片的宏观局面，这也是该论文的论述特点。她没有在具体的操作技术上细谈枝末，因为，如果创意人监控的是技术，那么，只会造成“你来吧”的尴尬局面，毕竟别人是专业，而你并不专业，她是从三维、四维、甚至五维的角度来说事，通过谈论影调风格、表现形式是否与创意协调，使创意者具有发言的空间，因为这样的监控，可为实现创意初衷找到对话的系统语境，串起创、导、摄、剪辑的共识。

将形式与风格作为大局加以控制，是一个具有实践意义的原创性方法，因此，该论文具有学术价值。

王通过论文努力搭建广告创意人和影片制作人的对话平台非常好，如果能再将“影调概念”提出来，在执行过程中用影调概念词(比如：是“优雅”或是“酷”)将“影像的形式与风格”简短地概括出来，那么，论文的创新意义将会更加明显。

研究生导师意见评语篇二

研究生导师鉴定意见怎么写?下面请参考公文站小编给大家整理收集的研究生导师鉴定意见，希望对大家有帮助。

该课题选题新颖，紧密结合临床，设计合理，属于本学科研究热点，研究工作具有一定的理论意义与实际价值。论文的内容与题目基本相符，结构完整，格式规范，层次清楚，条理分明，语言通顺流畅，内容丰富。文献材料收集丰富详实，基本涵盖了本学科相关的主要文献，并对本学科发展趋势有一定的归纳作用。数据资料充分，论述过程严谨，思路清晰，综合运用了所学知识解决问题，分析方法选用得当，结果可信。论文撰写严肃认真，推理符合逻辑，结论和建议具有现实意义，是一篇有较高学术价值的硕士生论文。

该论文反映出了作者在本门学科方面坚实的理论基础、系统的专业知识以及良好的科研能力。达到了硕士学位论文的要求，建议安排答辩。

思想积极进步;学习上目标明确、勤奋刻苦、成绩优秀，在认真学习专业课的同时，重视基础课程的学习，掌握了扎实的理论基础和专业知识，并且积极参加社会实践活动，使自己全面发展。具备了较强的独立思考问题、主动解决问题的和学习的能力。工作上，积极能干，不怕苦，不怕累，具有很强的责任心，做事细心，团队意识强，敢于创新。

总之，该同学是一个综合素质高，具备较高社会实践能力和

创新能力的优秀的毕业生。

(一) 成果

“品牌塑造”一直以来都被认为是广告公司的任务，向平东在论文中提出的“企业价值观创新”需要与“品牌塑造(为消费者的欲望需求而塑造)”相捆绑的观点，具有战略意义。

在企业生产与消费者使用相适应的功能阶段，企业完成的是产品；当企业生产与消费者需求不再简单地停留于功能，而是在实现一种新的生活方式时，仅用传统理念作经营指导，你会发现：企业的发展空间会越来越窄；一旦企业的价值观含有了“满足消费者的欲望需求”这种新思维的时候，那就意味着：企业已突破了原有的价值观；如果再将对消费者需求的充分理解贯彻到企业运作体系，那会帮助企业调整经营路线；这种价值观的创新将引导企业走出困境，促使企业与消费者站到同一平台，达到产、销、用的和谐。

这样的价值观创新，不仅能使企业把自己调整到“以人为本”的境界，自觉抵制那些为了利润而不择手段的低劣行为，还可以帮助企业完善品牌战略的调整，用和谐理念为消费者生产出和谐的产品(这个和谐包括：节能、环保、人性化、个性化与美观)。

(二) 不足之处

企业价值观创新，在品牌塑造中还有一个重要作用：就是帮助企业将品牌概念的制定纳入品牌战略思维体系，在要求广告公司展开品牌广告塑造时，知道如何对广告公司的创意作品作出判断，克服以往面对创意提案往往缺乏评判力的被动，它有利于品牌管理和广告经费的合理运用。该观点论文中虽有铺垫，但未用文字清晰地表达出来。

(一) 成果

在新的传播环境下，媒体个性如果采用以往的方式进行表达，较难在同质化的条件下突显，这就有了插图发展的空间。将插图的新意义加以论证是戴秀珍的研究追寻，该研究通过当今插图的存在方式，论证了插图新的社会使命，具有学术意义。

插图从附属于某个文章或杂志封面，跨入到能够从封面外观影响一个出版物的性格并优化传播信息，是插图新身份的主要特征；而从传统的为杂志封面配插图，变成能够帮助杂志展现个性品味、区分雷同，却是设计插图之所以能在当今主导杂志性格的一个原因。为了让插图更好地扮演自身角色，以便插图师理性地跟上时代步伐，戴秀珍将设计作为插图的媒介，一是方便理解“具有设计性的插图”存在的作用和它新的逻辑关系，完成新插图身份的确认；二是帮助插图在设计这个大领域，通过衍生品的先导性（比如：卡通造型延伸到角色设计，动漫带起的文化娱乐产业），找出新插图的积极意义，以便在注重生活品质的21世纪，让插图发挥出更多的主动性，因为，这些作用不仅丰富了文化资源，更能带领潮流实现一种新的生活方式，满足时代人的需求；三是突出设计在插图借鉴现代艺术过程中的作用。

设计是为优化资源和信息而存在的一种运用方式和科学手段，让插图借助设计的思维，可让设计插图更好地完成优化媒体的策划作用，方便阅读者对阅读物的识别与认同。

插图作为一个绘画品种存在，已有相当长的历史了，由于它操作的方便性与亲民性格，很长时间以来就介入了设计领域（比如：卡通、吉祥物等），但以它原有的身份特点去完成自己角色的转变，的确是因为计算机的普及，数码摄影的普及，以及由这些条件带来的操作简便和太多太多的相似性造成的，当然还有媒介物面对市场的个性需求。新插图就是在这样的传播环境下应运而生的，戴秀珍称为“插图革命”有其重要的支持点。

(二)不足

如果能将这种“人类对自身手绘能力的重新看重”与“艺术作用于设计”的时代性总结出来，让观念的发展逻辑和发展眼光相互捆绑，那么，该论文的革命性阐述将更具力量。

王用广告作业中影片制作的监控方法与把握能力，来衡量一位创意人员是否合格，这是对广告业提出的一个狠问题。为了便于回应这个至今并未达成共识的意见，她将广告影像的形式与风格归结为一个系统，倡导用准绳作监控，而不是在专业技术上作并非专业人的外行干涉(因为那会伤到制作人的自尊而消极怠工，或是监控无力而造成放任)。她提出的影像广告构成的七条原则和规律，是一份协助创意人跨进制作门坎与影视导演、制作人对话的基础，是创意人自身专业知识补充的方便餐，更是一个便于把控工作节奏的系统方法。

为了方便认识影片系统，王用内、外两个属性概括了影片的宏观局面，这也是该论文的论述特点。她没有在具体的操作技术上细谈枝末，因为，如果创意人监控的是技术，那么，只会造成“你来吧”的尴尬局面，毕竟别人是专业，而你并不专业，她是从三维、四维、甚至五维的角度来说事，通过谈论影调风格、表现形式是否与创意协调，使创意者具有发言的空间，因为这样的监控，可为实现创意初衷找到对话的系统语境，串起创、导、摄、剪辑的共识。

将形式与风格作为大局加以控制，是一个具有实践意义的原创性方法，因此，该论文具有学术价值。

(二)不足

王通过论文努力搭建广告创意人和影片制作人的对话平台非常好，如果能再将“影调概念”提出来，在执行过程中用影调概念词(比如：是“优雅”或是“酷”)将“影像的形式与风格”简短地概括出来，那么，论文的创新意义将会更加明

显。

研究生导师意见评语篇三

“品牌塑造”一直以来都被认为是广告公司的任务，向平东在论文中提出的“企业价值观创新”需要与“品牌塑造（为消费者的欲望需求而塑造）”相捆绑的观点，具有战略意义。

在企业生产与消费者使用相适应的功能阶段，企业完成的是产品；当企业生产与消费者需求不再简单地停留于功能，而是在实现一种新的生活方式时，仅用传统理念作经营指导，你会发现：企业的发展空间会越来越窄；一旦企业的价值观含有了“满足消费者的欲望需求”这种新思维的时候，那就意味着：企业已突破了原有的价值观；如果再将对消费者需求的充分理解贯彻到企业运作体系，那会帮助企业调整经营路线；这种价值观的创新将引导企业走出困境，促使企业与消费者站到同一平台，达到产、销、用的和谐。

这样的价值观创新，不仅能使企业把自己调整到“以人为本”的境界，自觉抵制那些为了利润而不择手段的低劣行为，还可以帮助企业完善品牌战略的调整，用和谐理念为消费者生产出和谐的产品（这个和谐包括：节能、环保、人性化、个性化与美观）。

（二）不足之处

企业价值观创新，在品牌塑造中还有一个重要作用：就是帮助企业将品牌概念的制定纳入品牌战略思维体系，在要求广告公司展开品牌广告塑造时，知道如何对广告公司的创意作品作出判断，克服以往面对创意提案往往缺乏评判力的被动，它有利于品牌管理和广告经费的合理运用。该观点论文中虽有铺垫，但未用文字清晰地表达出来。

研究生导师意见评语篇四

王xx用广告作业中影片制作的监控方法与把握能力，来衡量一位创意人员是否合格，这是对广告业提出的一个狠问题。为了便于回应这个至今并未达成共识的意见，她将广告影像的形式与风格归结为一个系统，倡导用准绳作监控，而不是在专业技术上作并非专业人的外行干涉(因为那会伤到制作人的自尊而消极怠工，或是监控无力而造成放任)。她提出的影像广告构成的七条原则和规律，是一份协助创意人跨进制作门坎与影视导演、制作人对话的基础，是创意人自身专业知识补充的方便餐，更是一个便于把控工作节奏的系统方法。

为了方便认识影片系统，王xx用内、外两个属性概括了影片的宏观局面，这也是该论文的论述特点。她没有在具体的操作技术上细谈枝末，因为，如果创意人监控的是技术，那么，只会造成“你来吧”的尴尬局面，毕竟别人是专业，而你并不专业，她是从三维、四维、甚至五维的角度来说事，通过谈论影调风格、表现形式是否与创意协调，使创意者具有发言的空间，因为这样的监控，可为实现创意初衷找到对话的系统语境，串起创、导、摄、剪辑的共识。

将形式与风格作为大局加以控制，是一个具有实践意义的原创性方法，因此，该论文具有学术价值。

(二)不足

王xx通过论文努力搭建广告创意人和影片制作人的对话平台非常好，如果能再将“影调概念”提出来，在执行过程中用影调概念词(比如：是“优雅”或是“酷”)将“影像的形式与风格”简短地概括出来，那么，论文的创新意义将会更加明显。

研究生导师意见评语篇五

在新的传播环境下，媒体个性如果采用以往的方式进行表达，较难在同质化的条件下突显，这就有了插图发展的空间。将插图的新生意义加以论证是戴秀珍的研究追寻，该研究通过当今插图的存在方式，论证了插图新的社会使命，具有学术意义。

三是突出设计在插图借鉴现代艺术过程中的作用。

设计是为优化资源和信息而存在的一种运用方式和科学手段，让插图借助设计的思维，可让设计插图更好地完成优化媒体的策划作用，方便阅读者对阅读物的识别与认同。

插图作为一个绘画品种存在，已有相当长的历史了，由于它操作的方便性与亲民性格，很长时间以来就介入了设计领域（比如：卡通、吉祥物等），但以它原有的身份特点去完成自己角色的转变，的确是因为计算机的普及，数码摄影的普及，以及由这些条件带来的操作简便和太多太多的相似性造成的，当然还有媒介物面对市场的个性需求。新插图就是在这样的传播环境下应运而生的，戴秀珍称为“插图革命”有其重要的支持点。

如果能将这种“人类对自身手绘能力的重新看重”与“艺术作用于设计”的时代性总结出来，让观念的发展逻辑和发展眼光相互捆绑，那么，该论文的革命性阐述将更具力量。