华南理工大学2019年硕士研究生入学
《新闻与传播专业综合能力（334）》考试大纲

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **命题方式** | 招生单位自命题 | **科目类别** | 初试 |
| **满分** | 150 |
| **考试性质** |
| **考试方式和考试时间** |
| **试卷结构** |
| **考试内容和考试要求**334新闻与传播专业综合能力考试大纲  一、 考试目的综合考查学生对影视传播、新媒体与网络传播相关理论知识的理解和认知，综合考查学生对广告与品牌传播基本理论与方法的掌握情况和运用能力，凸现华南理工大学新闻传播学科的特色。    二、考试的性质与范围    本考试系华南理工大学新闻传播学科硕士学位研究生的入学考试。本考试是一种测试考生掌握新媒体传播、影视传播、广告与品牌传播基本理论、方法及其相应能力的参照性水平考试。考试范围包括影视传播、新媒体与网络传播相关理论知识、品牌传播理论与实务。三、考试基本要求1．熟悉和掌握广播、电影、电视以及视听新媒体的基本知识。2．熟悉和掌握新媒体与网络传播相关理论知识。3. 熟悉和掌握广告和品牌传播的基本理论和专业知识。4. 运用有关理论，解释和论证某种观点，辨明理论是非。5 准确、恰当地使用专业术语，文字通顺，层次清楚，有论有据，合乎逻辑地表述与分析当前广播、电视、电影、新媒体以及品牌传播存在的一些现象与问题。   四、考试形式1. 答卷方式：闭卷，笔试。2. 答题时间：180分钟。3. 试卷满分为150分。五、考试内容1、传播技术的演进及互联网的应用2、网络传播特征分析3、网民分析4、我国媒介产业融合及互联网企业的创新5、网络与新闻报道6、网络公共领域与舆论7、网络伦理8、网络传播管理9、虚拟现实、大数据与人工智能10、广播电视新媒体的形态及发展11、广播电视传播符号及其特性12、外国广播电视事业13、中国广播电视发展史14、广播电视的管理体制15、影视语言的表意元素与分析16、世界电影流派17、中国电影发展概况和主要类型18、电视纪录片19、 广告学基础理论20、 广告调查与策略21、 广告效果与测量22、 中外广告史发展与研究23、 品牌与品牌传播的相关理论和基本问题24、 品牌传播策略与创新25、 消费者与品牌营销传播渠道26、 整合品牌传播（IBC）的核心内涵、理论创新、模式构建27、 IBC品牌价值整合模型构建28、 基于价值共创理论的内容营销29、 品牌危机管理六、考试题型题型及分数比例主要采用三个题型：名词解释；简答题；论述题。 七、参考书目网络传播学.苏宏元,于小川.中国传媒大学出版社2018年版网络传播概论.彭兰.中国人民大学出版社2017年版广播电视概论.周小普.中国人民大学出版社2014年版影视艺术导论.胡智锋.高等教育出版社2012年版整合品牌传播:从IMC到IBC理论建构.段淳林.世界图书出版广东有限公司2014年版 |
| **备注** |