

# 823影视、新媒体与品牌传播综合考试大纲

## 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影视传播、新媒体传播和品牌传播基本理论、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（或知识点）

- 1、广播的诞生、发展与成熟
- 2、电影的纪录性与报道性
- 3、电视发展简史和美国电视节目历程
- 4、中国电视传播方法的演变
- 5、视听新媒体的出现和传统媒体的新生
- 6、网络传播（去中心化、数字化、多媒体和互动性）
- 7、网络媒体（新媒体、早期服务和应用、社会化媒体、手机媒体）
- 8、网民分析（个性化、参与性、身体缺场、匿名性、网络成瘾）
- 9、虚拟社区
- 10、网络公共领域
- 11、网络伦理（信息异化、隐私、知识产权）
- 12、网络传播管理（行政监管、许可证制度和备案制度、网络治理）
- 13、媒介融合
- 14、品牌与品牌传播的基本问题
- 15、品牌战略的选择与应用
- 16、消费者与品牌营销传播渠道

- 17、品牌传播策略与创新
- 18、广告、广告创意与策划
- 19、品牌媒体策划与媒体投放
- 20、品牌全球化与品牌资产评估
- 21、网络传播与数据库营销
- 22、整合营销传播理论与整合传播策划
- 23、品牌学相关理论（品牌信息、品牌沟通、品牌关系、品牌公关、品牌价值）

## 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

《视听传播史论》，李幸、欧慧玲著，中国社会科学出版社2010年版。

《网络传播学导论》，苏宏元著，中国社会科学出版社2010年版。

《品牌传播学》，段淳林、戴世富著，华南理工大学出版社2009年版。