

深圳大学 2015 年硕士研究生入学考试大纲

命题学院（盖章）： 传播学院 考试科目代码及名称： 701 新闻传播学基础

一、考试总体要求

本考试大纲适用于报考深圳大学新闻传播学专业的硕士研究生入学考试。本大纲涵盖新闻学、传播学和广告学等方面的知识内容。

新闻学是研究新闻传播活动、新闻事业以及新闻工作规律的科学。新闻学基础包括新闻理论、新闻实务和新闻史三大部分。新闻学基础要求考生熟悉新闻学的基本概念和原理，掌握采写、编辑、评论的基本技能和基础知识，了解新闻的起源和发展脉络，了解当前中国新闻体制和传媒产业的基本情况，具有较好的新闻写作能力。

传播学是研究人类传播现象、传播过程和传播规律的科学，主要研究人类交往活动中的人际传播、组织传播、大众传播等层面的问题。传播学考试要求考生熟练掌握传播学的基本概念、基本原理及学科发展基本知识，掌握传播学质化研究和量化研究的基本方法，了解本学科发展的状况和前沿，能够综合运用所学知识，分析传媒事件、案例和文本内容，具有较好的阐释能力。

广告学是研究广告产业发展、广告活动规律、广告战略及实施、广告法规与管理的学科。广告学考试要求考生了解广告的发展和演变，准确理解广告的性质、功能和作用，掌握广告学的主要理论和方法，熟悉广告和品牌营销各环节的具体流程和操作技巧。准确理解广告法规与伦理，能够综合运用广告理论和知识从事广告策划与实施。

二、考试内容和考试要求

1. 新闻学的研究对象和基本原理
2. 新闻传播的真实性原则
3. 关于新闻自由与社会责任的理论
4. 新闻的特点和类别
5. 新闻价值与新闻要素
6. 新闻传媒及历史演变
7. 当代中国新闻事业
8. 网络新媒体与新闻传播
9. 传播学的研究对象、基本问题和主要学派
10. 传播学的主要研究方法（量化研究和质化研究）
11. 媒体环境与社会舆论
12. 言语传播与人际传播
13. 组织传播与群体传播
14. 大众传播的政治经济学分析和受众分析
15. 大众传播的效果研究（二级传播、把关人或意见领袖、使用与满足、议程设置、创新扩散、知识沟、“沉默的螺旋”、第三人效果、培养模式等）
16. 国际传播和跨文化传播
17. 媒体素养

18. 广告学基本原理（本质、分类、功能、性质和社会责任）
19. 中外广告的发展
20. 广告与品牌
21. 广告与整合营销传播（广告与促销、广告与公共关系、广告与消费者行为等）
22. 广告策划（广告定位、广告策略、广告创意、媒体策划）
23. 大众传媒广告创意与文案
24. 网络新媒体广告
25. 中国广告法规、广告监管、广告伦理和行业自律
26. 国际广告

三、考试基本题型

主要题型有：名词解释、简答题、论述题、新闻写作、广告文案写作、新闻传播和广告案例分析题等。