

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。