

中南民族大学 2024 年硕士研究生入学考试自命题科目考试大纲

科目名称：新闻与传播专业综合能力

科目代码：334

适用学科（类别）专业（领域）：055200 新闻与传播

.....

一、考试性质

《新闻与传播专业综合能力》是新闻与传播硕士专业学位研究生入学考试初试科目之一，其目的是科学、公平、有效地测试考生新闻传播实务方面的基础知识及实践能力。

二、考查目标

《新闻与传播专业综合能力》科目的主要目标是考查考生新闻传播实务方面的综合知识及策划、创作等实践能力。

三、考试形式和试卷结构

- 1.本试卷满分为 150 分，考试时间为 3 个小时。
- 2.考试方式为闭卷、笔试。
- 3.试卷考查的题型有：名词解释（20%左右）、简答题（20%左右）、论述或综合应用题（20%左右）、策划与创作（新闻、广播电视、广告实务中的策划与创作，40%左右）。

四、考查内容

第一部分 广告理论与实务

一、广告的内涵与特征

- (一) 广告的内涵
- (二) 广告的特征
- (三) 广告的分类
- (四) 广告的基础理论与相关学科

二、广告的功能与价值

- (一) 广告功能的内涵
- (二) 广告的经济价值
- (三) 广告的文化价值
- (四) 广告的社会责任

三、广告与品牌传播

- (一) 广告与品牌的关系
- (二) 广告与消费者品牌认知
- (三) 广告说服与品牌增值
- (四) 广告与品牌形象

四、广告调查

- (一) 广告调查流程
- (二) 产品市场调查
- (三) 消费者调查
- (四) 销售渠道调查
- (五) 沟通渠道调查

五、广告策略

- (一) 广告策略的内涵

(二) 定位策略

(三) 诉求策略

(四) 传播策略

六、广告创意

(一) 广告创意的内涵

(二) 从抽象概念到形象传播

(三) 广告创意的思维与方法

(四) 广告创意的发展趋向

七、广告媒介

(一) 广告媒介的内涵

(二) 广告媒体类型和特征

(三) 广告媒介策略

八、广告效果

(一) 广告效果的内涵

(二) 广告效果评估的主要类型

(三) 广告效果评估的主要方法

九、广告业发展与管理

(一) 广告业发展

(二) 广告法规与管理

十、广告从业人员的素养

(一) 广告从业人员的知识素养

(二) 广告从业人员的技能素养

(三) 广告从业人员的思想道德素养

第二部分 广播电视理论与实务

一、广播电视传播的物质基础

- (一) 广播电视传播的基本原理
- (二) 世界广播传播技术的发明与应用
- (三) 世界电视传播技术演进简史

二、世界广播电视事业因传播技术而渐次发展

- (一) 世界广播传播技术语境下的早期节目形态
- (二) 英国、美国的电视传播事业

三、中国的广播电视传播事业概说

- (一) 民国时期的广播传播事业
- (二) 新中国的广播电视传播事业
- (三) 香港、澳门地区的广播电视传播事业
- (四) 台湾地区的广播电视传播事业

四、广播电视事业的发展规律

- (一) 生产力是广播电视事业发展的基础
- (二) 文化创意对广播电视事业发展的影响与作用
- (三) 媒介竞争是广播电视事业发展的动力
- (四) 受众是广播电视事业发展的支撑点

五、广播电视的传播共性与社会功能

- (一) 广播电视的传播共性

(二) 广播电视的社会功能

(三) 电视传播与“地球村”

(四) 广播传播的永恒魅力

六、广播电视节目系统

(一) 广播电视节目的系统构成

(二) 新闻节目——广播电视节目系统的第一语言

(三) 文艺节目——广播电视节目系统的“半壁江山”

(四) 社教节目——广播电视节目系统的“后起之秀”

(五) 服务性节目——广播电视节目系统的“服务使者”

七、广播电视传播的语言

(一) 广播传播的语言符号系统、特性及其构成

(二) 电视传播的语言符号系统、特性及其构成

八、广播电视传播的界面人物

(一) 遍布广播电视节目系统的播音员

(二) 电视新闻节目播音角色研究

(三) 广播电视记者

九、广播电视节目的生产

(一) 广播电视节目的生产过程

(二) 文艺节目的编制

(三) 社教节目的编制

(四) 服务性节目的编制

(五) 新闻节目的采访与编辑

十、广播电视事业管理

- (一) 广播电视节目调查分析与管理
- (二) 以广播电视从业人员为中心的管理
- (三) 广播电视传播的制度管理
- (四) 广播电视的广告管理

十一、国家关于广播电视电影网络管理的法律法规、行业准则

- (一) 中国新闻工作者职业道德准则
- (二) 中华人民共和国广告法
- (三) 2016 年国家颁布传媒业十大新法规

五、参考书目

1. 黄匡宇：《广播电视学概论》（第五版），暨南大学出版社，2017年版。
2. 《广告学概论》编写组：《广告学概论》，高等教育出版社，2018年。