**华中农业大学硕士研究生入学考试大纲**

**考试科目：334《新闻与传播专业综合能力》**

**一、考试的学科范围**

本课程考试范围包括：广告运作、品牌管理、传媒经营、网络与新媒体传播四部分。

**二、要求掌握的基本内容**

要求了解广告运作、品牌管理、传媒经营及网络和新媒体传播业界的最新趋势，掌握广告运作、品牌管理、传媒经营、网络与新媒体传播领域的基本知识、理论和实践技能，能够综合运用上述相关学科的基本知识、理论和方法解释各种传播现象、解决各种传播问题。

**三、参考书目**

1. 张金海、余晓莉：《现代广告学教程》，高等教育出版社

2. 阿伦斯等：《当代广告学》，丁俊杰、程坪、陈志娟译，人民邮电出版社

3. 黄合水：《品牌学概论》，高等教育出版社

4. 凯勒：《战略品牌管理》，吴水龙、何云译，中国人民大学出版社

5. 喻国明、丁汉青、支庭荣：《传媒经济学教程》，中国人民大学出版社

6. 谢新洲：《媒介经营与管理》，北京大学出版社

7. 彭兰：《网络传播概论》，中国人民大学出版社

8. 李良荣：《网络与新媒体概论》，高等教育出版社

**四、考试的知识范围（课程复习大纲）**

**（一）广告与广告市场**

1、广告的起源及社会功能

2、现代广告的定义及其本质

3、广告产业的性质及其范围

4、广告市场的含义及其构成

5、广告代理制

6、广告公司、媒体、广告主、受众

7、直销、推销、促销、事件营销、公关与广告

**（二）广告运作过程**

1、广告调查的内容及方法

2、广告策划的原则、方法与流程

3、广告创意的思维与方法

4、广告表现的基本元素与技巧

5、广告媒体的选择、组合与排期

6、广告效果的发生模式、测定方法

**（三）现代广告新发展**

1、“整合营销传播”理论及其实践

2、数字化背景下的广告运作与广告形态革新

3、互联网交互式信息平台营销传播的开发与利用

**（四）品牌资产评估**

1、品牌的本质与意义

2、品牌与品牌资产

3、基于顾客的品牌资产

4、品牌意识与品牌联想

5、品牌主观质量与品牌态度

6、品牌忠诚

7、品牌资产模型

**（五）品牌建设管理**

1、品牌化决策、品牌架构、品牌组合

2、品牌定位、品牌识别

3、品牌延伸、品牌联盟、品牌更新、品牌维护

4、品牌社群、品牌故事、品牌杠杆

5、品牌本土化与国际化

6、品牌价值链

7、品牌建设步骤

8、品牌营销传播方案

9、数字时代的品牌建设

**（六）传媒产业的基本特征**

1、传媒产业的经济特征

2、传媒产业的商业模式

3、传媒产业的经济本质

4、传媒产业价值链

5、传媒产品的类型及特征

6、传媒市场的结构与特征

**（七）传媒产业的其它特征**

1、传媒产业中的外部性和网络外部性

2、传媒产业中的市场失灵和政府失灵

3、传媒产业中的规模经济与范围经济

4、传媒产业中的虚拟经济与流量经济

5、传媒产品跨国流动中的文化折扣现象

6、传媒市场中的明星高收入现象

7、世界当代传媒业概况与特征

8、中国当代传媒业概况与特征

**（八）传媒组织的经营与管理**

1、传媒经营与管理的目标

2、传媒的所有制形式、管理方式和运行模式

3、媒介融合与跨媒介经营

4、传媒广告资源开发与运营

**（九）互联网的演进及对传媒产业的影响**

1、互联网的技术基础及其发展逻辑

2、网络媒体及其演变

3、网络媒体冲击下传统媒体的变革

4、互联网的未来走向及其影响

**（十）网络传播及其特征**

1、网络的属性与传播形态

2、新媒体新在何处

3、网络与新媒体用户特征

4、网络与新媒体信息特征

5、社会化媒体应用的基本思维与策略

6、网络传播的具体形式及其特征

**（十一）网络传播与社会发展**

1、网络与舆情、舆论

2、网络文化及其影响

3、网络技术与“数字鸿沟”

4、网络时代的媒介素养

5、网络传播与乡村发展