

## 823 视听与品牌传播综合考试大纲

### 一、考试目的

综合考查学生对广播、电影、电视专业知识的熟悉程度以及电视节目拍摄与制作的综合能力，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广播、电影、电视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。考试范围包括广播影视历史与理论、电视拍摄与制作理论与实务、品牌传播理论与实务。

### 三、考试基本要求

1. 熟悉和掌握广播、电视、电视的基本理论和专业知识。
2. 熟悉和掌握电视拍摄与制作的有关理论与实务知识。
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。
4. 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）

#### 第一部分 广播影视史论

##### （一）广播

1. 广播的诞生：有线电报、电话与无线传播、早期广播
2. 广播的发展：起步的探索、广告与广播、节目的成长
3. 广播的成熟：广播网形成、节目的独立、明星与名牌

##### （二）电影

1. 电影的纪录性：纪录的诞生、卢米埃尔、弗拉哈迪
2. 电影的报道性：报道的产生、直接电影、真实电影
3. 电影的采访与解说：采访、解说

##### （三）电视

1. 电视发展简史：电视的发明、成长、兴盛
2. 美国电视节目历程：新闻节目、娱乐节目、电视明星主播
3. 中国电视传播方法演变：文学电视、电影电视、报人电视、口语电视、民生新闻、真人秀

##### （四）视听新媒体

1. 互联网与网络电视：特点与价值
2. 手机视听传播：技术的发展、视听全能
3. 传统媒体的新生：广播数字化、电影新艺术、电视新王国

#### 第二部分 电视实务

##### （一）画面与镜头

1. 画面与镜头的同一性
2. 画面是镜头活动的起点
3. 画面结构的基础元素：光线、线条、影调、色彩
4. 画面结构的实体元素：主体、陪体、前景、背景

5. 画面结构的特殊元素：空白

(二) 前期采访与摄录

1. 电视采访：电视采访特点与要求、电视采访方式与方法、单机采访与双机采访
2. 影像角度：拍摄方向、拍摄高度、拍摄距离
3. 运动摄像：摇摄、移摄、变焦“推拉”、综合运动、运动摄像作用与拍摄要点
4. 画面构图：画面构图特点、黄金分割、视觉的美学强势选择、静态构图、动态构图、综合构图与长镜头
5. 声音采录：同期声内涵及其作用

(三) 电视节目编辑概论

1. 电视节目编辑的作用、工作内容与工作流程
2. 电视节目编辑人员的素质

(四) 画面编辑技巧：

1. 镜头的选择
2. 画面长度的确定：内容长度、情绪长度、节奏长度
3. 镜头的组接：组接的依据、剪接点的确定、运动的组接、轴线规律及其应用、蒙太奇技巧、转场的方法

(五) 声音编辑技巧

1. 电视声音的意义
2. 电视语言的编辑
3. 电视音响的编辑
4. 电视音乐的编辑

(六) 屏幕文字与特技运用

1. 屏幕文字的运用
2. 屏幕文字的种类
3. 屏幕文字的传播功能
4. 屏幕文字的构图形式
5. 屏幕文字的运用技巧
6. 特技的运用：电视特技常用的手法、动画、特技与电视时间

(七) 电视节目制作起点

1. 内容为王：节目的选题与立意
2. 形式是金：语言样式的寻找

(八) 电视主流节目编辑要点

1. 新闻类电视节目编辑技巧
2. 谈话类电视节目的编辑技巧
3. 时政、生活类谈话节目的编辑技巧

第三部分 品牌传播

1. 品牌与品牌传播的基本问题
2. 品牌战略的选择与应用
3. 消费者与品牌营销传播渠道
4. 品牌传播策略与创新
5. 广告、广告创意与策划
6. 品牌媒体策划与媒体投放
7. 品牌全球化与品牌资产评估
8. 网络传播与数据库营销
9. 整合营销传播理论与整合传播策划
10. 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

《当代电视摄影制作教程》，黄匡宇著，复旦大学出版社 2006 年版；《视听传播史论》，李幸、欧慧玲著，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。

