

# 黑龙江大学硕士研究生入学考试大纲

考试科目名称：传播实务      考试科目代码：[059]

## 一、考试要求

要求考生从辩证唯物论和历史唯物论立场出发来把握电视艺术与广告文化传播发生、发展和演化的历史规律，系统掌握电视艺术与广告文化的基本概念和理论体系，明确各种形态的电视艺术传播和广告传播活动的特点及内涵，灵活运用电视艺术传播和广告文化传播知识考察、分析和解决当下的各种电视艺术传播和广告文化传播的理论与现实问题。

## 二、考试内容

### （一）电视艺术理论传播部分

#### 第一章 电视剧

##### 第一节 中国电视剧发展历程

##### 第二节 通俗电视剧：大众文化文本

##### 第三节 短篇电视剧概况

知识点：电视剧发展的不同阶段、通俗电视剧的特征

#### 第二章 专题片（含纪录片）的创作观念

##### 第一节 人的主题

##### 第二节 世俗化

##### 第三节 情感

##### 第四节 风格化

##### 第五节 文化意识

##### 第六节 思辨意识

##### 第七节 审美意识

知识点：人的主题、世俗化、情感、风格化、文化意识、文化意识、思辨意识、审美意识

#### 第三章 纪实风格

##### 第一节 本体追求

##### 第二节 叙事特征

##### 第三节 叙事手段

#### 第四节 关于真实

#### 第五节 “纪实型”专题节目创作思辨

#### 第六节 中国纪实十年祭

知识点：本体追求、叙事特征、叙事手段、关于真实、“纪实型”专题节目创作思辨

### 第四章 专题片(含纪录片)创作

#### 第一节 题材

#### 第二节 主题

#### 第三节 结构

#### 第四节 细节

#### 第五节 节奏

知识点：题材、主题、结构、细节、节奏、解说词

### 第五章 解说词

#### 第一节 画面语言的局限

#### 第二节 解说词的作用

#### 第三节 解说词形式风格

#### 第四节 解说词写作

#### 第五节 解说词语言特色

知识点：画面语言的局限、解说词的作用、解说词形式风格、解说词写作、解说词语言特色

### 第六章 电视文学

#### 第一节 概述

#### 第二节 电视文学的发展历程

#### 第三节 电视散文的视觉构成

#### 第四节 电视散文的想象空间

#### 第五节 电视文学创作中存在的缺憾

知识点：电视文学的发展历程、电视散文的视觉构成、电视散文的想象空间

### 第七章 音乐电视(MTV)

#### 第一节 历史回顾

#### 第二节 MTV 的音画关系设计

### 第三节 MTV 艺术风格设计

知识点：MTV 的音画关系设计、MTV 艺术风格设计

## 第八章 电视综艺知识点：晚会

### 第一节 假定性、电视化、形式创造

### 第二节 主题与基调、“三大规律”和“八个走向”

### 第三节 综艺晚会与纪实

知识点：假定性、电视化、形式创造、主题与基调、“三大规律”和“八个走向”、 综艺晚会与纪实

## （二）广告传播理论与应用部分：

### 理论部分：

#### 第一章 广告概述

1. 广告基本概念
2. 广告学研究对象
3. 广告学与其他学科的关系

#### 第二章 广告机会分析

1. 广告环境与消费者行为
2. 品牌的意义
3. 整合营销传播

#### 第三章 广告策划

1. 广告策划的内容
2. 广告策划书的撰写
3. 广告调查

#### 第四章 广告表现

1. 广告创意
2. 广告定位
3. 广告表现手法

#### 第五章 广告文案

1. 广告文案要素
2. 广告文案写作的基本要求

## 第六章 广告设计与制作

1. 广告设计的视觉构成
2. 平面广告的设计与制作

## 第七章 广告媒体

1. 广告媒体类别与特点
2. 广告媒体组合策略
3. 网络广告的传播优势

## 第八章 广告受众

1. 广告受众特性
2. 广告受众的心理特征

## 第九章 广告效果测定

1. 广告传播效果测定
2. 广告销售效果测定
3. 广告社会效果测定

## 第十章 广告管理

1. 广告代理制及其特殊意义
2. 广告管理内容
3. 广告准则

### **应用部分：**

1. 广告传播中利益与道德的关系问题。
2. 策划名人代言广告应注意的问题。
3. 广告传播中的女性形象设计问题。
4. 中外广告创作与中西方思维方式的差异问题。
5. 广告文化传播的国际性与本土化问题。
6. 新媒体广告的发展趋势问题。
7. 儒家文化价值观对本土广告传播的影响问题。
8. 中国传统思想文化与中国广告文化的关系问题。
9. 跨文化广告传播的本土化问题。
10. 公益广告传播中的人文关怀问题。

### 三、试卷结构

1. 考试时间：180 分钟
2. 试卷分值：150 分
3. 题型结构：论述，共 4 题，电视艺术传播 2 题 75 分  
广告理论与应用 2 题 75 分

### 四、参考书目

1. 《电视艺术概论》，周文、高鑫，北京广播学院出版社 2002 年版
2. 《广告学教程》，倪宁，中国人民大学出版社 2004 年版