**辽宁大学2022年全国硕士研究生招生考试初试自命题科目考试大纲**

科目代码： 862

科目名称：新闻学与广告学综合

满分：150分

**一、考试性质**

《新闻学与广告学综合》是新闻学、传播学学术型硕士招生考试的业务科目之一。《新闻学与广告学综合》考试要力求反映新闻传播学学科特点，通过新闻传播行业及广告行业的相关理论、知识点及实务的考核，以求公平、有效、准确、规范地测评考生的理论素质和研究能力，以选拔具有发展潜力的优秀人才入学，为我国社会主义新闻与传播事业培养具有良好职业道德、法制观念和国际视野，同时具有较强专业水平与较高研究能力的高层次、应用型、复合型新闻传播人才。

**二、考试要求**

测试考生对新闻学与广告学综合知识体系的基本概念、经典理论，以及新闻传播、广告业发展和研究前沿课题、行业实践基本业务的掌握情况和综合分析评判能力。

**三、考试内容**

**第一部分：新闻传播史论与实务**

中国古代新闻传播活动、中国近代报刊的产生与初步发展、国人办报活动的兴起与发展、清末时期的新闻传播事业、民国初年的新闻传播事业、“五四”时期的新闻传播事业、大革命时期的新闻传播事业、十年内战时期的新闻传播事业、

抗日战争时期的新闻传播事业、人民解放战争时期的新闻传播事业、建国后的新闻传播事业

从洪荒时代到文艺复兴的信息传播活动、17世纪的新闻事业、18世纪的革命烽火与新闻传播、19世纪从政党报刊到商业报刊、通讯社的兴起与发展、大众社会与大众报刊、电子媒介之广播与电视、网络时代的新闻传播、社会化媒体的信息传播、人工智能与新技术传播革命

新闻文体的演变及报道特征、新媒体写作、数据新闻与可视化报道、新闻评论、国际新闻报道、深度报道

**第二部分：广告传播综合实务**

市场营销组合的扩充与演变、战略计划与市场营销管理、市场营销环境、市场调研和市场营销信息系统、市场需求的测量与预测、消费者市场分析、目标市场营销、产品策略、新产品开发策略、品牌策略、沟通与促销策略、数字营销的定义及价值、社会化媒体营销、移动营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销、社群营销、种子用户方法论、创意传播管理

广告策划概说、广告市场调查、市场认识与细分、产品认识与定位、广告战略策划、广告媒体渠道策划、广告创意概说、广告文案创意、公共关系的概念与观念、公共关系的宣传范式、公共关系的说服范式、公共关系双向均衡范式、公共关系对话范式、议题管理和意见领袖与人际网络、危机管理

**第三部分：学术热点、行业动态及新鲜话题**

新闻传播学界及媒体行业热点与动态（新举措、新问题、新动向、新领域等）

社会舆论热点事件

近三年广告营销传播前沿话题、热点事件