

广东培正学院 2020 年本科插班生广告学专业 《广告学概论》考试大纲

I. 考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。该考试所包含的内容将大致稳定，试题形式多种，具有对学生把握本课程程度的较强识别、区分能力。

II. 考试内容及要求

一、考试基本要求

要求考生能理解并准确地解释广告基本概念，熟悉现代广告运作的流程和基本原理，掌握广告媒体选择，广告策划、广告信息的处理，广告效果测定等广告业务操作的基本方法，对广告历史、广告环境、广告管理和国际广告有所认知和了解。

二、考核知识点及考核要求

本大纲的考核要求分为“识记”、“领会”、“应用”三个层次，具体含义是：

识记：能解释有关的概念、知识的含义，并能正确认识和表达。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本理论、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。

第一章 广告概论

一、考核知识点

- 1、广告的定义
- 2、广告的构成要素
- 3、广告的分类

二、考核要求

- 1、识记

- (1) 广告的概念
- (2) 广告环境的概念
- 2、领会
 - (1) 广告的分类
 - (2) 广告的构成要素
- 3、应用
 - (1) 现代广告业的变化
 - (2) 现代广告环境的变化

第二章 广告的起源与发展

一、考核知识点

- 1、古代广告
- 2、世界近现代的广告的发展
- 3、中国近现代广告的发展

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 中国古代广告发展原因
 - (2) 世界现代广告的发展趋势

第三章 广告学与其他学科的关系

一、考核知识点

- 1、广告学与市场营销学的关系
- 2、广告学与心理学的关系
- 3、广告学与社会学的关系

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 广告学与市场营销学的关系
 - (2) 广告学与心理学的关系
 - (3) 广告学与社会学的关系
- 2、领会

- (1) 市场细分与广告定位
 - (2) 产品生命周期理论
 - (3) 整合营销传播
- 3、应用
- (1) 从具体案例中判断心理学原理在广告中的应用
 - (2) 从具体案例中判断社会学原理在广告中的应用

第四章 现代广告业

一、考核知识点

- 1、现代广告业的性质与任务
- 2、广告的功能与作用
- 3、现代广告对社会的影响

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 现代广告业的性质和任务
- 2、领会
 - (1) 广告的功能与作用
 - (2) 现代广告对社会的影响
- 3、应用
 - (1) 广告作用的双重性的理解

第五章 广告原理与运作规律

一、考核知识点

- 1、广告学的基本原理
- 2、广告定位理论
- 3、USP 理论与整合营销传播
- 4、5W 理论 4P 与 4C 理论 6W+6O 理论与消费者行为研究
- 5、认知理论与广告心理研究

二、考核要求

- 1、识记

- (1) 广告与公共关系的联系
- (2) 广告的传播学原理
- 2、领会
 - (1) 广告定位论
 - (2) 整合营销传播
 - (3) 4P-4C 的理论转变
- 3、应用
 - (1) 广告案例对于广告的基本原理的运作情况

第六章 广告运作规律

一、考核知识点

- 1、广告活动的一般规律
- 2、广告公司的运作规律
- 3、广告策划

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 广告活动的一般规律
 - (2) 广告公司的运作规律
- 2、领会
 - (1) 广告策划的含义和特性
 - (2) 广告策划的主要内容
 - (3) 广告策划的一般程序
- 3、应用
 - (1) 结合具体广告目标进行广告策划的主要内容编写

第七章 广告主体

一、考核知识点

- 1、广告组织的类型
- 2、广告代理制
- 3、中国广告人才的教育与培养

二、考核要求

1、识记

(1) 广告组织的类型和运作

2、领会

(1) 广告代理制的内容

(2) 广告代理制的实施意义

(3) 中国广告人才的教育与培养

第八章 广告信息

一、考核知识点

1、广告信息的构成与传播

2、广告主题

3、广告创意

二、考核要求

1、识记

(1) 广告信息传播中的障碍

(2) 广告主题理论与实践发展的几个阶段

2、领会

(1) 什么是广告主题

(2) 广告创意的要求与方法

(3) 广告创意实施

3、应用

(1) 广告主题确定

(2) 广告创意

(3) 广告文案写作

第九章 广告媒体

一、考核知识点

1、广告媒体类型

2、广告媒体特征

3、媒介计划制定

二、考核要求

1、识记

(1) 广告媒体类型

(2) 广告媒体特征

2、领会

(1) 媒介计划制定与执行

(2) 新媒体与传统媒体对比特征

3、应用

(1) 媒介指标含义与判断

第十章 广告客体

一、考核知识点

1、广告客体构成和性质

2、广告与消费者行为

3、广告与网络时代的受众行为

二、考试要求

1、识记

(1) 广告客体构成与性质

(2) 消费者含义与类别

2、领会

(1) 影响消费者行为的因素

(2) 网络时代受众的新特点

3、应用

(1) 网络广告观念的转变

(2) 网络广告策略

第十一章 广告效果测定

一、考核知识点

1、广告效果含义

2、广告效果测定的基本方法

3、网络广告效果测定

二、考试要求

1、识记

(1) 广告效果含义

(2) 广告效果分类

2、领会

(1) 广告效果测定的基本方法

(2) 网络广告效果测定指标

3、应用

(1) 具体案例广告效果测定

第十二章 广告管理

一、考核知识点

1、广告管理定义特点

2、广告管理内容

二、考试要求

1、识记

(1) 广告管理定义和特点

2、领会

(1) 对不同对象广告管理的内容

3、应用

判定虚假广告、违规广告

第十三章 国际广告

一、考核知识点

1、国际广告特点与意义

2、国际广告策略

3、国际广告发展趋势

二、考试要求

1、识记

- (1) 国际广告特点与意义
- (2) 国际广告策略
- (3) 国际广告业发展趋势

III. 考试形式及试卷结构

1、考试形式为闭卷，笔试，考试时间为 120 分钟，试卷满分为 100 分。

2、试卷内容比例：第一章~第四章占 30%，第五章~第六章占 35%，第七章~第十三章 35%。

3、试卷题型比例：单向选择题占 10%，填空题占 10%，名词解释占 16%，简答题占 24%，论述题占 15%，实践题 25%。

4、试卷难易比例：易、中、难分别为 30%，50%，20%。

IV. 参考书目

《广告学概论（第三版）》，陈培爱主编，北京：高等教育出版社，2014。

V. 题型示例

一、单项选择题（从下列各题的 4 个备选答案中选出一个正确答案，答案选错或未选者，此题不得分，每小题 2 分，共 10 分。）

1. POP 广告指的是（ ）。

- A. 直接媒介 B. 户外媒介 C. 特种媒介 D. 销售点广告

2. 以下哪项不属于马斯洛需求层次理论的内容。（ ）

- A. 社交需求 B. 尊重需求 C. 消费需求 D. 安全需求

二、填空题（每个空白 2 分，共 10 分。）

1. 近代广告的发展是以_____为中心。

2. 20 世纪 50 年代，_____提出了 USP 理论。

三、名词解释（每题 4 分，共 16 分）

1. 整合营销传播

2. 4P 理论

四、简答题（每题 8 分，共 24 分）

1. 现代广告对社会的影响
2. 网络广告受众的新特点

五、论述题（每题 15 分，共 15 分）

1. 举例说明心理学原理在广告中的运用

六、实践题（每题 25 分，共 25 分）

贤哥食品创办于 2003 年，总部位于广州，是一家集休闲食品的研发、生产和销售为一体性的综合现代化股份制企业，公司生产的“贤哥”牌系列辣条（面筋制品）、盐焗蛋、魔芋制品、烤肠制品、鱼糜制品、肉制品等产品，已发展成为国内知名品牌。公司销售网络遍布全国大、中型卖场，同时运营天猫、京东等线上商城。

品牌调性：休闲、快乐、有趣、有爱（LOVE）

品牌目标：打造成为年轻人喜欢的休闲食品品牌

请根据以上背景资料，为贤哥食品撰写一份 2020 年五一期间在华南地区大学校园推广的广告策划书，预算 1000 万。

要求：结构完整，写作规范，条理清晰，创意新颖，策划书需符合品牌调性和品牌目标。

广东培正学院 2020 年本科插班生广告学专业 《大众传播学》考试大纲

I. 考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。该考试所包含的内容将大致稳定，试题形式多种，具有对学生把握本课程程度的较强识别、区分能力。

II. 考试内容及要求

一、考试基本要求

要求考生理解大众传播学的基本理论、传播的历史与发展、传播的符号与意义、传播的过程与类型，传媒的性质、特点和作用、大众媒介的受众和效果、传播制度与媒介规范理论以及传播效果理论等。要求考生对基本概念和主要理论有较深入的理解；具有综合运用所学知识，进行分析和研究社会中的传播现象的能力。

二、考核知识点及考核要求

本大纲的考核要求分为“识记”、“领会”、“应用”三个层次，具体含义是：

识记：能解释有关的概念、知识的含义，并能正确认识和表达。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本理论、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。

专题一 传播与传播学

一、考核知识点

- 1、传播的定义和特点
- 2、传播学的研究对象

二、考核要求

- 1、识记

- (1) 传播的定义
- (2) 传播的特点
- 2、领会
 - (1) 传播学的研究对象
 - (2) 学习传播学的意义
- 3、应用
 - (1) 传播与信息
 - (2) 社会传播的系统性

专题二 人类传播的历史与发展

一、考核知识点

- 1、人类传播的发展进程
- 2、信息社会与信息传播

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 人类传播经历的发展阶段
 - (2) 人类语言区别于动物界信号系统的根本特性
 - (3) 信息社会的含义及特点
- 2、领会
 - (1) 动物传播的局限性
 - (2) 传播媒介的进化与社会发展
- 3、应用
 - (1) 信息爆炸与信息社会
 - (2) 传统媒体时代与新媒体时代

专题三 人类传播的符号和意义

一、考核知识点

- 1、符号的定义
- 2、符号的类型
- 3、符号的基本功能

4、意义的概念与分类

二、考核要求

1、识记

- (1) 符号的定义
- (2) 语言符号与非语言符号
- (3) 符号的基本功能

2、领会

- (1) 信号与象征符
- (2) 传播过程中的意义
- (3) 人类的象征行为

3、应用

- (1) 象征能力是人类特有的基本能力
- (2) 理解语言符号的多义性

专题四 人类传播的过程与系统结构

一、考核知识点

- 1、传播过程的构成要素
- 2、几种主要的传播过程模式
- 3、传播过程的特点
- 4、传播过程研究与传播系统研究

二、考核要求

1、识记

- (1) 传播过程的构成要素
- (2) 几种主要的传播过程模式

2、领会

- (1) 传播过程的特点
- (2) 传播过程研究与传播系统研究

3、应用

- (1) 系统模式下的社会传播结构
- (2) 社会传播的总过程理论

专题五 人内传播与人际传播

一、考核知识点

- 1、人内传播的定义
- 2、人内传播的过程与结构
- 3、人际传播的定义
- 4、人际传播的动机与特点
- 5、人际传播的社会功能

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 人内传播的定义
 - (2) 人内传播的过程与结构
 - (3) 人际传播的定义
 - (4) 人际传播的动机与特点
- 2、领会
 - (1) 人际传播的社会功能
 - (2) 作为能动的意识和思维活动的人内传播
- 3、应用
 - (1) 作为社会心理过程的人内传播
 - (2) 人际传播与自我表达

专题六 群体传播与组织传播

一、考核知识点

- 1、群体的概念、类型及其社会功能
- 2、群体传播与群体意识
- 3、群体规范在群体传播中的作用
- 4、组织与组织传播的定义
- 5、组织内传播的过程与机制
- 6、组织外传播及其形态

二、考核要求

1、识记

- (1) 群体的概念、类型及其社会功能
- (2) 群体传播与群体意识
- (3) 组织与组织传播的定义

2、领会

- (1) 群体规范在群体传播中的作用
- (2) 组织内传播的过程与机制
- (3) 组织外传播及其形态

3、应用

- (1) 群体压力与趋同心理
- (2) 群体规范在群体传播中的作用

专题七 大众传播

一、考核知识点

- 1、大众传播的定义、特点与社会功能
- 2、大众传播的产生与发展过程
- 3、大众传播的社会影响

二、考核要求

1、识记

- (1) 大众传播的定义、特点
- (2) 大众传播的社会功能
- (3) 大众传播的产生与发展过程

2、领会

- (1) 关于大众传播社会影响的两种观点
- (2) 大众传播与信息环境

3、应用

- (1) 互联网与大众传播的新革命
- (2) 大众媒介与现代人的生活

专题八 媒介技术与媒介组织

一、考核知识点

- 1、媒介技术的定义
- 2、麦克卢汉的媒介理论
- 3、大众传媒的组织目标与制约因素
- 4、传媒组织在信息生产过程中的作用

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 媒介技术的定义
 - (2) 麦克卢汉的媒介理论
 - (3) 大众传播者的特点
 - (4) 大众传媒的组织目标与制约因素
- 2、领会
 - (1) 媒介工具和技术的现实社会影响
 - (2) 传媒组织在信息生产过程中的作用
- 3、应用
 - (1) 当代新媒介技术发展趋势及社会意义
 - (2) 大众传播的“把关”标准

专题九 传播制度与媒介规范理论

一、考核知识点

- 1、传播制度的含义
- 2、媒介控制的几种力量
- 3、关于传播制度的几种规范理论

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 传播制度的含义
 - (2) 国家和政府对传媒的政治控制
 - (3) 自由主义的媒介规范理论

- (4) 社会责任理论
- (5) 我国社会主义制度下的媒介规范理论

2、领会

- (1) 极权主义的媒介规范理论
- (2) 民主参与理论

3、应用

- (1) 利益群体和经济势力对传媒的控制
- (2) 受众行使对传媒活动监督控制权利的手段

专题十 社会转型与受众变迁

一、考核知识点

- 1、“大众”与大众社会理论
- 2、几种主要的受众观
- 3、“使用与满足”理论

二、考核要求

1、识记

- (1) “大众”的概念
- (2) 几种主要的受众观
- (3) “使用与满足”理论的概要

2、领会

- (1) 大众社会理论的形成和变化
- (2) 媒介发展的分众化趋势

3、应用

- (1) 受众的传媒接触动机和使用形态
- (2) 传媒接触的社会条件因素

专题十一 传播效果研究

一、考核知识点

- 1、传播效果的概念含义
- 2、传播效果的类型及研究课题

- 3、传播效果研究的历史与发展
- 4、传播效果的产生过程与制约因素

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 传播效果的概念含义
 - (2) 传播效果研究的历史与发展
 - (3) 传播效果研究的发展过程和效果观的变化
- 2、领会
 - (1) 传播效果的类型及研究课题
 - (2) 传播效果研究的理论与实践意义
- 3、应用
 - (1) 传播效果研究的发展过程和效果观的变化
 - (2) 传播效果的产生过程与制约因素

专题十二 几种主要的大众传播效果理论

一、考核知识点

- 1、“议程设置功能”理论
- 2、“沉默的螺旋”理论
- 3、“培养”理论
- 4、新闻框架与框架效果

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) “议程设置功能”理论的概要及特点
 - (2) “沉默的螺旋”理论的概要及特点
- 2、领会
 - (1) “培养”理论关于社会与传播的基本观点
 - (2) 关于新闻框架的实证研究
- 3、应用
 - (1) 网络传播环境下“议程设置功能”理论面临的挑战
 - (2) 运用“沉默的螺旋”理论分析现代社会中大众传播、社会心理与舆论三者的关系

专题十三 国际传播与全球传播

一、考核知识点

- 1、国际传播与全球传播的概念
- 2、全球信息化的影响和冲击
- 3、国际报道中的新闻价值问题
- 4、信息与国家主权问题
- 5、文化帝国主义问题

二、考核要求

- 1、识记
 - (1) 国际传播与全球传播的概念
 - (2) 信息与国家主权问题
- 2、领会
 - (1) 国际报道中的新闻价值问题
 - (2) 文化帝国主义问题
- 3、应用
 - (1) 全球信息化的影响和冲击
 - (2) 关于世界信息传播秩序的争论

III. 考试形式及试卷结构

- 1、考试形式为闭卷，笔试，考试时间为 120 分钟，试卷满分为 100 分。
- 2、试卷内容比例：第一～第四专题占 25%，第五～第七专题占 25%，第八～第十专题 20%，第十一～第十二专题占 25%，第十三专题占 5%。
- 3、试卷题型比例：单选题 10%，填空题 10%，名词解释题占 20%，简答题占 24%，论述题占 20%，案例分析题 16%。
- 4、试卷难易比例：易、中、难分别为 30%，50%，20%。

IV. 参考书目

《传播学教程（第二版）》，郭庆光著，北京：中国人民大学出版社，2011。

V. 题型示例

一、单选题（每题 2 分，选错或多选都无分，共 10 分）

1. 5W 模式的提出者是（ ）。

- A. 拉斯韦尔 B. 香农 C. 施拉姆 D. 马莱茨克

2. “清明时节雨纷纷，路上行人欲断魂。借问酒家何处有，牧童遥指杏花村。”此诗描述的是一个典型的传播活动，其中传播主体是（ ）。

- A. 行人 B. 牧童 C. 酒家 D. 杏花村

二、填空题（每空 1 分，共 10 分）

1. 传播学的学科创建者是美国著名的传播学家_____。

2. 传播学把社会传播分为五种基本类型，即人内传播、人际传播、组织传播、_____、_____。

三、名词解释题（每题 5 分，共 20 分）

1. 符号

2. 传播

四、简答题（每题 8 分，共 24 分）

1. 简要介绍构成麦克卢汉媒介理论的三个基本观点。

2. 简述自由主义报刊理论的基本主张。

五、论述题（共 20 分）

1. 谈谈意见领袖的特点及其在大众传播效果形成过程中的作用。

六、案例分析题（每题 8 分，共 16 分）

案例材料：《三国演义》中有一段扣人心弦的空城计故事。说的是司马懿率几十万大军突然逼近诸葛亮坐镇指挥的一座小城，当时诸葛亮身边只剩下几千名老弱病残的士兵，打是肯定打不过，跑也跑不掉。危急时刻，诸葛亮急中生智，下令大开城门，找几个老兵在城门前扫地，他自己坐在城头抱琴抚弦，神态悠闲，坦然自若。生性多疑的司马懿看到此番情景，顿时疑窦丛生，逡巡不前。

请运用传播学的知识回答以下问题：

1. 此例说明了哪类符号的重要意义，为什么？（8分）

2. 简述此类符号的作用。（8分）