

浙江工业大学
2020 年硕士研究生招生考试试题

考试科目： (871) 新闻与传播实务 共 1 页

★★★★ 答题一律做在答题纸上，做在试卷上无效。★★★★

一、名词解释（共 6 小题，每小题 10 分，共 60 分）

1. 大众化报纸
2. 新闻直播
3. 晕轮效应
4. 危机公关
5. 定位理论
6. 《广播电视管理条例》

二、论述题（共 2 小题，每小题 20 分，共 40 分）

1. 世界上有哪些广播电视体制，各体制的特点和代表国家有哪些？
2. 对所有广告人而言，“奥美”是一个特殊的存在，其一举一动引领着广告行业的走势。2017 年起，奥美在全球实行“Be One”整合战略，奥美集团旗下的各个不同的子品牌：奥美互动（Ogilvy One）、奥美公关（Ogilvy PR）、奥美红坊（Red Works）、奥美世纪（Neo @Ogilvy）等 17 个品牌组合转型成为单一品牌的整合代理商。请以“奥美”这次“Be one”变革为例，分析数字化对传统广告公司的冲击和影响。

三、分析题（共 2 小题，每小题 25 分，共 50 分）

1. 结合具体案例，谈谈在自媒体环境下，新闻传播失范的具体表现有哪些？
2. 2018 年至今，口红一哥“李佳琦”风靡各大直播平台，他两个月时间在抖音上吸粉 1500 万，他拥有 1000+支口红，他对各大奢侈品品牌功效如数家珍，他涂口红比女生还好看，他卖口红比马云爸爸还厉害，他说什么好用什么就会被卖断货……

从专业角度分析“李佳琦”直播带货现象与传统的广告有何不同，对行业发展、消费者、品牌方有哪些利弊。