课程名称：品牌文化研究　　课程编号：A070126　　学分：2
英文名称：Research on Brand Culture　　学时：36

本课程是新闻传播学科硕士研究生（学术型）专业选修课，主要从文化学视角研究品牌，认为品牌本身是一种文化现象，品牌文化具有科学性、民族性、时代性、系统性、稳定性、差异性等特点。主要讲授内容为：品牌物质文化、品牌精神文化、品牌传播文化、品牌营销文化、品牌文化与品牌形象、品牌文化建设与评估、品牌文化变革与创新、中外品牌文化比较等。通过学习本课程，学生能够深刻理解品牌文化对于品牌发展的重要性，熟练地运用品牌文化的基本原理与知识，分析、研究品牌营销与传播典型案例中的文化建构与诉求，利用中国传统文化构建本土品牌民族特色、增强本土品牌的国际竞争力。

先修课程（或预备知识）：市场营销学、公共关系学、品牌传播学、文化学等

课程名称：视听叙事研究　　课程编号：A070127　　学分：2
英文名称：Audiovisual Narration Study　　学时：36

本课程是“新闻传播学”硕士研究生(学术型)的专业选修课程。主要采用专题研究的方式，研究视听叙事领域的热点问题和前沿课题。主要内容包括：运用视听叙事的经典理论以及案例分析，探讨视听叙事的策略、风格与心理机制，揭示视听叙事的基本特征与基本规律，引导学生对视听叙事进行深入的文本分析和生态分析，在创作实践中探索运用视听叙事的方法及策略。切实观察电视新叙事、新媒体互动叙事、VR 重构叙事等热点新问题，引导学生发现视听叙事新问题，激发研究的兴趣，提高研究的能力。

先修课程：传播学概论、视听语言

课程名称：整合营销理论与实务　　课程编号：A070128　　学分：2
英文名称：Theory and Practice on Integrated Marketing Communication　　学时：36

通过系统梳理营销理论的发展演变，阐释整合营销传播兴起的必要性。在此基础上，对整合营销传播的工作流程、目标战略、战术运作进行的全面论述，构建并强化品牌与顾客之间的关系，提升品牌形象，使学生认识到整合营销传播是市场营销和营销传播领域兴起的一种新型观念。同时牢固掌握并能比较熟练地运用品牌与消费者管理、媒体与接触点管理、数据库营销、公共关系、销售促进、网络以及电子商务等整合营销传播的基本操作方式，为企业品牌进行行之有效的营销及推广策划活动。

先修课程（或预备知识）：市场营销学、传播学

课程名称：全球化与经济传播　　课程编号：A070129　　学分：2
英文名称：Globalization and Economic Communication　　学时：36

本课程主要讲述和分析全球化与经济新闻传播之间的关系。主要内容包括（1）经济传播在信息传播活动中的特殊性；（2）经济传播在社会结构中的位置；（3）全球化与经济传播；（4）全球化对中国经济传播的机遇与挑战。

先修课程（或预备知识）：新闻传播理论 经济新闻研究 经济新闻深度报道