


中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

基础学习班：依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

冲刺串讲班：结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，共计 390 门课程，均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

论文答辩与毕业申请指导班：来自主考院校的指导老师全程视频授课，系统阐述申报自考论文的时间、论文的选题、论文的格式及内容、与导师的沟通技巧等，并提供论文范例供学员参考。[立即报名！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

浙江省 2007 年 10 月高等教育自学考试
广告媒体分析试题
课程代码：00637

一、单项选择题(本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 产品生命周期主要的发展阶段有 ()
A. 6 个
B. 5 个
C. 4 个
D. 3 个
2. 社会形象风险高的品类，媒体主要诉求对象应该是 ()
A. 购买者
B. 影响者
C. 使用者
D. 决定者
3. 高 CDI、高 BDI 的市场又叫 ()
A. 金牛
B. 问题少年
C. 明日之星
D. 阿斗
4. 如要诉求美感或表现商品高级感，诉求效果最好的媒体是 ()
A. 杂志
B. 报纸
C. 户外媒体
D. 电视

5. 栏栅式行程模式的优点是 ()

- A. 可以集中火力以获致较大的有效到达率
- B. 行程涵盖整个购买周期
- C. 广告持续地出现在消费者面前
- D. 不断地累积广告效果, 防止广告记忆下滑

二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

6. 广义的营销指的是商品在市场上的推广, 在操作上, 主要有 ()

- A. 商品
- B. 价格
- C. 铺货
- D. 人员
- E. 促销

7. 调查电视的开机率, 收视人口与收视率有三种方法: ()

- A. 日记法
- B. 询问法
- C. 被动式记录器法
- D. 个人收视记录器法
- E. 电话法

8. 电视媒体以节目内容划分可以分为 ()

- A. 综合频道
- B. 新闻频道
- C. 卫星频道
- D. 体育频道
- E. 戏剧频道

9. 购买周期主要是受每次购买量的影响, 而每次购买量则受哪些因素影响? ()

- A. 商品单价
- B. 使用量
- C. 使用频率
- D. 购买方便性
- E. 保存期

10. 消费风险一般可以分为哪几种? ()

- A. 产品功能风险
- B. 财产损失风险
- C. 社会形象风险
- D. 自我印象风险
- E. 生命安全风险

三、填空题(本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

11. 媒体为一般的通称, 它所包括的范围非常广泛, 可以分为两个层次: _____ 和媒体载体。

12. 通常我们所说的四大媒体是指: _____、报纸、广播、杂志。

13. 媒体载体在量上的评估, 可以分为三个角度: 受众、_____、区域。

- 14.一般而言,广告主对媒体投资大约有三种导向;他们分别是行销导向、_____、其他导向。
- 15.印刷量与_____是完全相同的概念。
- 16.媒体行程模式可分为连续式、_____、栏栅式三种类型。
- 17.在媒体预算的设定上,存在两种不同的角度,_____角度和媒体投资角度。
- 18.在媒体投资优先顺序的制定中,目标确认主要分行销目标和_____目标。
- 19.一则广告出现在媒体上的次数,在电波媒体上称_____,在印刷媒体上称为刊登。
- 20.在不同行销策略下,可采用扩张型和_____型行销的媒体行程。

四、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分)

- 21.媒体评估
- 22.观众组合
- 23.产品功能风险
- 24.到达率
- 25.A & P 比率

五、简答题(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)

- 26.媒体质的评估所使用的项目有哪些?
- 27.广告创意在冲击力上的损耗有哪些?
- 28.行销费用的构成有哪些?
- 29.媒体目标有哪些内容?

六、论述题(本大题共 2 小题,第 30 小题 13 分,第 31 小题 12 分,共 25 分)

- 30.行销策略有哪些内容?
- 31.目标消费群的构成角色有哪些?