


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；数学针对有仅有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！](#)

全国 2008 年 1 月高等教育自学考试
广告学（二）试题
课程代码：00853

一、单项选择题（本大题共 10 小题，每小题 1 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. 以下从艺术角度陈述广告定义的是()
A. 广告是宣传手段
B. 广告以说服的方式诉求
C. 广告巧传真实
D. 广告是营销尖兵
2. 1960 年，尤金·麦卡西提出“针对目标市场，利用可控因素展开营销策略”，其中的“可控因素”指的是()
A. 4C 策略
B. 4P 策略
C. 经济、政治、法律、技术环境因素
D. 6P 组合
3. 1914 年，在美国出现，对于核实报纸、杂志的发行数量，制定广告收费标准具有特别的意义的机构是()
A. 艾尔父子广告公司
B. 美国广告协会
C. 美国广告学会
D. 发行稽察局(简称 ABC)
4. 总部设在美国纽约的国际广告协会创建于()
A. 1928 年
B. 1938 年
C. 1948 年
D. 1958 年

- A. 广告创意的艺术性
C. 广告形式的艺术性
E. 促销活动的艺术性
15. 广告运作的内部环境包括()
A. 广告主及其产品和服务
C. 消费者
E. 经济环境
16. 商店广告的形式包括()
A. 柜台广告
C. 墙面广告
E. 动态广告
17. 广告效果调查经常使用投射法, 具体方法包括()
A. 态度量表法
C. 绘画测定法
E. 语言联想法
18. 通过消费者组织实行的广告社会监督具有如下特点()
A. 社会监督主体较为单一
B. 广告社会监督组织具有“官意民办”性质
C. 广告受众的社会监督行为具有自发性
D. 社会监督主体广泛
E. 具有无形的权威性
19. 广告代理的收费制度有()
A. 协商佣金制
C. 效益分配制
E. 协商标准制
20. 以下关于按市场区域划分广告类别的正确说法是()
A. 以媒介选择为标志
C. 仅仅是一种运用媒介的区别
E. 与广告策划有密切关系
- B. 媒介使用的艺术性
D. 广告风格的艺术性
- B. 广告媒介
D. 竞争对手
- B. 商品包装广告
D. 地面广告
- B. 语句完成法
D. SD 测定法
- B. 分为全国性广告和国际性广告
D. 反映了广告主的营销策略

三、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

21. 务实性观念广告
22. 广告构图
23. 广告预算的销售百分比法
24. 纯粹受众

25. 消费者行为

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

26. 从 20 世纪 90 年代中期开始，中国广告事业发展呈现出的三个基本特征。

27. 罗瑟·瑞夫斯提出的“独特的销售主题”的三个要点。

28. 简述菲利普·科特勒提出的大市场营销理论的主要观点。

29. 广告设计制作中提高消费者注意的方法。

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

30. 论述整合行销传播的基本观点。

31. 论述社会文化环境对广告运作的影响。

六、综合应用题（本大题共 10 分）

32. 请列举广告定位中的六种策略，并举例说明。



自考365
www.zikao365.com