

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