

- C. 提升企业形象 D. 扩大销售
5. 产品开发和生产的中心是 ()
- A. 生产需求 B. 消费需求
C. 营销需求 D. 产业需求
6. 广告策划方案一旦得到广告客户的认可, 就成为 ()
- A. 广告经营单位与广告客户的契约 B. 广告客户与广告媒介机构的契约
C. 未来广告活动的蓝图 D. 广告策划活动的蓝图
7. 经营目标的提出者一般是 ()
- A. 广告经营单位 B. 广告客户
C. 广告代理公司 D. 行业主管部门
8. 广告解说词的主要特点是 ()
- A. 趣味性强 B. 平铺直叙
C. 情节生动 D. 绘声绘色
9. 广告标题“总督牌香烟能够给您而别的香烟不能给您的是什么”使用的语气是 ()
- A. 陈述语气 B. 祈使语气
C. 疑问语气 D. 肯定语气
10. 电视广告拍摄之后, 下一个步骤是 ()
- A. 客户认可 B. 播映
C. 确定播放时间 D. 剪辑配音
11. 广告艺术创作最重要的要求是 ()
- A. 必须具有冲击力 B. 必须画面优美
C. 必须经过再创作 D. 必须出现人物
12. 摄影广告的优点是 ()
- A. 价格低廉 B. 真实感强
C. 简洁朴实 D. 对比强烈
13. 《中华人民共和国广告法》规定在发布前必须经过有关行政部门审批的商品广告是 ()
- A. 化妆品广告 B. 运动用品广告
C. 食品广告 D. 医疗器械广告
14. 在下列选项中, 属于广告监督管理机构的职能是 ()
- A. 立法及法规解释 B. 广告发布审查
C. 广告设计制作 D. 广告行业经营
15. 广告决策要讲求经济效益, 指的是 ()
- A. 广告决策要建立在需要和可能的基础上
B. 广告决策要考虑对社会无害, 有利于经济可持续发展
C. 广告决策所带来的经济效益尽量大于相应耗费
D. 广告决策最终要使消费者了解、认可和购买商品
16. 依据广告目标的性质, 企业的广告决策可以分为 ()
- A. 战略决策、战术决策 B. 最优决策、满意决策
C. 计量决策、非计量决策 D. 程序性决策、非程序性决策
17. 广播广告语言要响亮, 可尽量多用 ()
- A. 辅音打头的发音 B. 亲切的发音
C. 元音打头的发音 D. 古典诗词的发音

18.市场学研究中,与广告学联系最紧密的是()

- A. 消费者研究
- B. 商品策略研究
- C. 价格策略研究
- D. 促销策略研究

19.1981年,潘大均、张庶平编写了()

- A. 《实用广告学》
- B. 《广告知识与技巧》
- C. 《现代广告学》
- D. 《广告学》

20.研究广告的经济效益,运用的方法是()

- A. 统计学方法
- B. 归纳法
- C. 系统论方法
- D. 控制论方法

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。

21.市场调查的基本原则包括()

- A. 科学性原则
- B. 客观性原则
- C. 保密性原则
- D. 商业性原则
- E. 灵活性原则

22.广播广告包括的因素有()

- A. 语言
- B. 色彩
- C. 音乐
- D. 音响
- E. 文字

23.广告行政处罚的种类包括()

- A. 责令停止发布广告
- B. 没收违法所得
- C. 罚款
- D. 追究刑事责任
- E. 停止广告业务

24.电视广告分镜头剧本是()

- A. 最后剪辑的标准
- B. 商品介绍的文字内容
- C. 电视广告片声画形象的文字表现
- D. 广告片构思的蓝图
- E. 导演再创作的依据

25.报纸广告创作的程序与步骤包括()

- A. 市场调查
- B. 制版处理
- C. 绘制草图
- D. 印刷
- E. 策划

三、名词解释题(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分)

26.广告学

27.典型调查

28.广告行业

29.媒体生命周期

30.广告监督检查

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)

31.招贴广告的文字排列有什么特点?

- 32.企业广告中长期计划有什么要求?
33.党的十四大以后,我国广告事业的发展主要表现在哪些方面?
34.简述德尔菲法的程序

五、论述题(本大题共 1 小题, 10 分)

- 35.试述广告文稿写作各阶段的主要任务。

六、分析题(本大题共 1 小题, 10 分)

- 36.世界某知名石油公司在中国做汽车润滑油广告,以广播为首选媒体,试分析其:

- (1) 广告对象策略;
- (2) 广告媒体策略;
- (3) 广告效果。

七、操作题(本大题共 1 小题, 15 分)

- 37.某商品经过长期的广告宣传及促销活动,已有了相当的知名度,并有较大市场占有率。请你为此一商品下一步的推广制定广告策略,并简述理由。

- (1) 广告宣传的重点;
- (2) 广告媒介的选择与运用;
- (3) 其他活动的建议。



自考365
www.zikao365.com