

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！](#)

真题串讲班：教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，每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！](#)

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！](#)

自考精品班：全力打造专属于学员个人的辅导计划，学员自入学当天便开始享受专属于自己的个性化辅导课程，专职教学辅导老师及班主任全程跟踪学员的学习情况，随时调整辅导方案，以保证学习计划的有效进行。帮助学员克服可能出现的学习上的怠倦、不良情绪的影响等情况。坚定考试必胜信念，并以最适合自己的方式，在短时间内掌握考试内容，全面提升学员的考试通过率。我们承诺，当期考试不通过，下期学费减半！[立即报名！](#)

全国 2009 年 10 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. 下列关于广告的定义说法错误的是()

- A. 从宣传角度来看，广告是一种宣传手段
- B. 从营销角度来看，广告是营销的尖兵
- C. 从心理学角度来看，广告是说服的艺术
- D. 从艺术角度来看，广告创造真实

2. 广告得以产生并发展的直接原因是()

- A. 广告传播有用的信息
- B. 广告繁荣了社会文化生活和体育事业
- C. 广告对经济和商业，或者说对市场带来的效应

- 12.影响广告预算的因素包括()
- A.产品生命周期 B.竞争对手 C.销售目标
D.广告媒介和发布频率 E.企业财务负担能力
- 13.确立广告主题时, 商品分析的主要分析角度有()
- A.原材料方面的优点或特点 B.商品的潜在消费者群体 C.商品的制造过程
D.商品的价格 E.商品的使用价值
- 14.广告文案的内容要素包括()
- A.广告主题 B.广告标题 C.广告口号
D.广告正文 E.广告附文
- 15.网络广告媒介的传播优势主要体现在()
- A.融合了传统广告媒介的优点
B.与现今朝阳产业有着天然联系
C.具有完善的广告效果评估系统
D.价格相对低廉, 有利于中小企业开发
E.互动的方式更有利于与消费者进行沟通
- 16.广告受众的特性包括()
- A.多重角色的扮演者 B.占有主导地位 C.互动性
D.被动性 E.具有群体观念
- 17.现场广告媒介的功能包括()
- A.覆盖面广, 有效到达多数目标受众
B.提醒或唤起消费
C.改变消费者购买动机
D.树立商店形象
E.制造营销气氛
- 18.广告销售效果测定的方法包括()
- A.事前测定法 B.店头调查法 C.事后测定法
D.销售地域测定法 E.统计法
- 19.对广告经营者的管理内容包括()
- A.审批登记管理 B.广告业务员证制度 C.广告合同制度
D.广告业务档案制度 E.广告经营单位的年检注册制度
- 20.广告公司代理佣金的收费制度包括()
- A.协商佣金制 B.实费制 C.效益分配制
D.议定收费制 E.定额收费制

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

21. 理性诉求广告
22. 产品生命周期
23. 消费者行为
24. 广告运作
25. 达格玛理论

四、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)

26. 简述 USP 理论的内容。
27. 简述菲利普的“大市场营销”理论与麦卡西“4P 组合”理论的区别。
28. 简述媒介组合的作用。
29. 举例说明什么是种类定位。

五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

30. 试述确立广告主题需要考虑的方面。
31. 试述在制定媒介计划时, 如何对媒介进行考察评估?

六、综合应用题(本大题共 10 分)

32. 请用“6W”和“60”理论对售价为 4000 元左右的学生笔记本电脑进行消费者行为分析。