

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：以考试大纲为主导，对各章节知识点进行全面梳理讲解，突出考试重点、难点与考点，教授答题思路与方法，通过对课程的整体情况分析近 2 次考试的真题讲解，帮助考生更准确地把握考试方向，做好考前最后冲刺，为考生顺利通过考试铺平道路。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 2010 年 1 月高等教育自学考试 广告学（一）试题 课程代码：00181

一、单项选择题（本大题共 20 小题，每小题 1 分，共 20 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. 广告文稿是（ ）
A. 表现广告内容的画面
B. 表现广告内容的语言文字
C. 表现广告内容的声音
D. 围绕广告活动的所有文字资料
2. 视觉广告除了文字简洁明快之外，还要求（ ）
A. 追求氛围
B. 灵活多变
C. 图文并茂
D. 富有韵律
3. 下列几种类型的作品中，最讲究词语音韵的是（ ）
A. 广告
B. 诗歌

- C.散文
D.小说
- 4.广告语“有车必用胎，用胎请用××胎”中运用的修辞方式是（ ）
A.对偶
B.排比
C.顶针
D.回环
- 5.广告语“请饮用×××”中使用的是（ ）
A.陈述语气
B.祈使语气
C.疑问语气
D.肯定语气
- 6.广告文稿写作的第一个程序是（ ）
A.构思阶段
B.行文阶段
C.准备阶段
D.完善阶段
- 7.广告的阶段目标应根据下列哪种因素确定？（ ）
A.广告总体目标
B.企业经营目标
C.广告总体策略
D.企业市场策略
- 8.下列指标中既是分析评价广告媒体效率的重要指标，也是决定媒体费用高低的指标之一的是（ ）
A.收视率
B.千人成本
C.接触频率
D.广告信息接收人数量
- 9.产品销售增长率大于 10%时，产品处于（ ）
A.介绍期
B.成长期
C.成熟期
D.衰退期
- 10.对调查对象与有关人员进行询问、观察，以取得有关原始数据的是（ ）
A.数据调查
B.抽样调查
C.实地调查
D.电话调查
- 11.了解市场中各竞争品牌以及各种产品类型的市场研究属于（ ）
A.市场可行性研究
B.产品研究
C.价格研究
D.消费者研究
- 12.产品诱导策略一般不进行过多的品牌诱导，而是强调产品所能提供的（ ）
A.功能
B.用途
C.利益
D.附加值
- 13.从本质上看，产品市场的拓展主要是（ ）
A.自然成长的结果
B.竞争的结果
C.发展的结果
D.扩张的结果
- 14.商标是下列哪种经济形态的产物？（ ）
A.自然经济
B.计划经济

- C.垄断经济 D.商品经济
- 15.广告活动中，扩大商品知名度、培养商品信誉的基点是（ ）
- A.产品 B.市场
C.消费者 D.商标
- 16.在企业广告的商标策略中，最简单而又最重要的内容是为产品（ ）
- A.取好的名称 B.设计好的标识
C.选择恰当的颜色 D.绘制醒目的图案
- 17.广告策划时制定广告传播的长远目标和阶段目标，要做到（ ）
- A.虚实结合 B.短长结合
C.新老结合 D.轻重结合
- 18.进行广告策划的第一项工作是（ ）
- A.问卷设计 B.调查研究
C.广告预算 D.广告创意
- 19.企业树立的 20 年以上的经营目标，称为（ ）
- A.中期目标 B.短期目标
C.整体目标 D.未来经营目标
- 20.广告活动费用开支的决定性因素是（ ）
- A.广告的规模 B.媒体的广告收费
C.广告制作费用 D.广告设计费用

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.权衡广告媒体的适用性须考虑的主要因素有（ ）
- A.目标市场、产品特性 B.竞争对手使用媒体状况
C.媒体费用 D.广告媒体自身条件
E.国家政策、法律
- 22.按照发布时所采用的媒体进行分类，广告可分为（ ）
- A.报纸广告 B.电视广告
C.售点广告 D.国外广告
E.促销广告
- 23.市场调查的重要性主要包括（ ）
- A.它是产品计划的基础 B.它是促销计划的基础

C.它是制定流通政策的基础 D.它是广告策划的基础

E.它是消费者日常消费决策的基础

24.1910年后，促使中国广告迅速发展的因素有（ ）

A.政府予以高度重视 B.民族工商业的发展

C.广告意识的觉醒 D.科技水平的提高

E.与周边国家关系的改善

25.广告不是人们自愿接受的艺术，它必须克服（ ）

A.抵触心理 B.好奇心

C.舆论心理 D.厌恶感

E.从众心理

三、名词解释题（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

26.广告

27.视听广告

28.借代

29.广告营销研究

30.广告市场调查

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

31.简述大型商场企业的橱窗广告的特点和作用。

32.简述广告证明制度的主要内容。

33.简述我国 1949 年前近现代广告业的基本特点。

34.怎样进行广告效益的多因素分析，它有什么优点？

五、论述题（本大题共 1 小题，10 分）

35.试述摄影广告的特点。

六、分析题（本大题共 1 小题，10 分）

36.宝洁公司洗发液系列产品家喻户晓，其广告均很成功，请就以下问题简要分析其广告策略：

（1）商标策略；

（2）销售市场选择策略；

（3）广告模特选择策略。

七、操作题（本大题共 1 小题，15 分）

37.某企业经营的产品，原计划利润额为 125 万元，产品销售量为 1000 台，单位产品售价 0.75 万元，固定成本为 145 万元，如果拿出 30 万元作为广告费用支出，要求保证 125 万元利润实现。请你依据相关知识，回答以下问题：

- (1) 广告活动应使销售量增加多少？
- (2) 此笔广告费用支出是否合算？
- (3) 其广告投资净收益现价如何计算？