

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，不及格返还学费。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（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. 下列关于广告的描述错误的是（ ）

- A. 政治宣传和政府公告不是广告
- B. 广告费用将成为商品或服务成本的一部分
- C. 从心理学角度来看，广告是说服的艺术
- D. 广告是非人员的销售推广活动

2. 划分产品生命周期的标准是产品的（ ）

- A. 流通时间
- B. 销售年增长率

- C.知名度 D.渠道覆盖率
- 3.广告活动最基本的功能是（ ）
- A.营销功能 B.经济功能
C.传播功能 D.社会功能
- 4.1841年，在美国费城开办第一家广告公司的人是（ ）
- A.罗威尔 B.古腾堡
C.帕尔默 D.艾尔
- 5.当今世界上最大和最权威的國際廣告團體是（ ）
- A.亞洲廣告協會 B.歐盟廣告協會
C.國際廣告聯合會 D.國際廣告協會
- 6.美國西北大學教授舒爾茨為之做出巨大貢獻的理論是（ ）
- A.USP理論 B.整合行銷傳播理論
C.定位理論 D.品牌形象論
- 7.下列關於廣告傳播的說法錯誤的是（ ）
- A.經驗、思想、符號、標志是理解廣告傳播的基礎
B.廣告傳播的核心概念是：傳播者的主觀意圖是廣告傳播的一個方面，客觀效果更取決於受眾接觸到廣告之後的反應
C.廣告傳播流程要素有：信源、編碼過程、信息、譯碼過程、受眾、反饋和噪音
D.廣告傳播是動態的過程
- 8.廣告運作的本質是（ ）
- A.一種信息傳播活動，它所傳達的信息是有關產品或服務以及品牌、企業理念等
B.通過營銷渠道把企業的產品送到消費者面前的過程
C.為企業盈利，促進產品銷售
D.豐富人們的精神文化生活，提供人們娛樂的方式
- 9.下列對雜誌廣告的優點描述錯誤的是（ ）
- A.讀者集中穩定、針對性強 B.傳播迅速，時空性強
C.廣告對象理解度高 D.反復閱讀，有效期長
- 10.“達格瑪法”主要用來測定廣告的（ ）
- A.傳播效果 B.媒介接觸效果
C.銷售效果 D.心理變化效果

二、多项选择题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）

在每小题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。

- 11.消费者行为学的主体内容包括（ ）
- A.外部因素与消费者行为之间的相互作用
B.内部因素与消费者行为之间的相互作用
C.消费者的决策过程
D.消费者行为的学习
E.消费者的需要和动机的产生、自我形象与生活方式的形成
- 12.广告对群体心理和社会态度的作用主要有（ ）
- A.广告使社会或群体对某些新的需求予以关注
B.广告改变了消费者的人生价值观和喜好

- C.广告改变了社会或群体的消费观念
D.广告改变了社会或群体对某一产品、品牌或企业的态度
E.广告改变了消费者的行为模式
- 13.现代广告事业促进精神文明建设体现在（ ）
A.促进文学艺术包括大众传媒的发展
B.提高企业的知名度，为品牌宣传做贡献
C.美化环境，丰富人们的文化生活
D.提高企业产品的销量，为企业赢利
E.正确引导人们的价值观
- 14.广告预算的基本方法有（ ）
A.销售百分比法
B.竞争均势法
C.量力而行法
D.销售单位法
E.目标与任务法
- 15.广告创意应遵循的原则包括（ ）
A.真实性原则
B.独特性原则
C.时效性原则
D.艺术性原则
E.合理性原则
- 16.广告时间策略包括（ ）
A.提前推出
B.中间推出
C.拖拉推出
D.即时推出
E.延时推出
- 17.投射法是在被调查对象不注意的情况下，用间接方法了解其态度，具体手法有（ ）
A.电话调查法
B.语言联想法
C.语句完成法
D.绘画测定法
E.SD 测定法
- 18.部门组织类型广告公司的机构设置包括（ ）
A.客户部
B.创作部
C.媒介部
D.调研部
E.行政部
- 19.广告管理法规的特点包括（ ）
A.目的性
B.规范性
C.概括性
D.强制性
E.稳定性
- 20.国际广告发展总体趋势有（ ）
A.为适应世界经济贸易新格局及全球一体化趋势，国际广告业势必朝着大广告托拉斯的方向发展
B.全球人类一体化的进程，将使国家、地区、民族与人种之间的价值观念、生活方式的差异逐渐缩小，为国际广告运作一体化提供前提，创造条件
C.世界市场扩大化和一体化，使全球性广告市场竞争更为激烈
D.以国际互联网为代表的信息传播网络的高速度发展，将导致国际广告从运作方式到传播内容与形式的深刻变革
E.由于信息技术的发展，国际广告业将出现垄断经营的现象，实力弱小的地区型广告公司将被实力雄厚的跨国广告公司兼并

三、名词解释题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

21.品牌广告

22. USP 理论
23. 抽样调查
24. 广告审查
25. 预期受众

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

26. 简述广告代理的双重代理性质。
27. 简述广告的基本心理战术。
28. 简述广告媒介计划的内容。
29. 简述国际广告的意义。

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

30. 试述现代广告对社会的影响。
31. 试述广告主题与定位之间的关系。

六、综合应用题（本大题共 10 分）

32. 阅读以下材料，请回答下列产品分别运用了哪些广告定位理论？并结合所给案例进行分析说明。

美国的美乐啤酒，以冷过滤工艺来进行产品定位。

美国的多芬（DOVE）香皂，以“含四分之一滋润成分”来进行定位，以润滑皮肤作为广告诉求点。

七喜汽水在广告宣传中把饮料分为可乐和非可乐两大类，将自己定位为非可乐饮料，取得良好销售效果。

喜之郎将一种新推出的果冻定位为“可以吸的果冻”。