

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务 |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

浙江省 2010 年 7 月高等教育自学考试 文化产业创意与策划试题 课程代码：04125

一、单项选择题(本大题共 15 小题，每小题 2 分，共 30 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。

- 下列不属于发散思维的是()
 - 集束思维
 - 逆向思维
 - 侧向思维
 - 系统思维
- 下列文化产业市场策略中运用了 USP 理论的是()
 - 市场渗透策略
 - 市场拓展策略
 - 差异化竞争策略
 - 服务经营策略
- 文化企业生产某类产品的所有品种属于下列哪种文化产品的组合形式()
 - 行业全面型
 - 市场专业型
 - 专业文化产品型
 - 有限专业文化产品型
- 文化品牌名称策划是在文化品牌生命周期的哪一个阶段?()
 - 文化品牌的孕育期
 - 文化品牌的幼稚期
 - 文化品牌的成长期
 - 文化品牌的成熟期

5. 根据渠道成员相互联系的紧密程度可将文化市场流通渠道分为()
- A. 长流通渠道和短流通渠道
B. 传统渠道和垂直渠道
C. 宽流通渠道和窄流通渠道
D. 直接渠道和间接渠道
6. 纸质传媒产业策划的中观原则是()
- A. 整体定位
B. 彰显风格
C. 出奇制胜
D. 驾轻就熟
7. 下列属于行业性期刊的是()
- A. 《IT 经理世界》
B. 《财经》
C. 《瑞丽》
D. 《三联生活周刊》
8. 强调影视策划活动的全局性, 以求取得 $1+1>2$ 的效应的是()
- A. 影视产业策划的创新原则
B. 影视产业策划的信息原则
C. 影视产业策划的目标原则
D. 影视产业策划的系统原则
9. 以下不属于网络游戏产业策划方法的是()
- A. 坚持文化性
B. 坚持差异性
C. 坚持原创性
D. 坚持导向性
10. 目前国内动漫衍生产品的营销渠道存在的主要障碍有()
- A. 营销水平问题
B. 终端销售机制问题
C. 风险评估问题
D. 品牌包装问题
11. 以下不属于广告创意特点的是()
- A. 科学性
B. 艺术性
C. 实效性
D. 可塑性
12. 休闲文化产业策划的第一个步骤是()
- A. 前期调研考察
B. 策划团队的组建
C. 休闲地的实地调查
D. 消费者需求调查
13. 沐浴文化是哪国文化旅游业的亮点?()
- A. 泰国
B. 印度
C. 日本
D. 韩国
14. 从新的角度或运用新方法处理一些早已熟悉的事物是以下哪种创意方法?()
- A. 模仿创造法
B. 逆向思维法
C. 移植嫁接法
D. 同质异化法
15. 上海工业博览会属于()
- A. 综合性展览会
B. 专业性展览会
C. 消费展览会
D. 虚拟展览会

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。

1. 文化产业策划的原则应当包括()
 - A. 客观可行原则
 - B. 系统性原则
 - C. 随机性原则
 - D. 价值性原则
 - E. 导向性原则
2. 文化消费的心理特征包括()
 - A. 认同性
 - B. 群体性
 - C. 趋新性
 - D. 价值性
 - E. 可塑性
3. 文化产品组合策略包括()
 - A. 产品延伸策略
 - B. 产品扩展策略
 - C. 产品定位策略
 - D. 社会责任策略
 - E. 服务经营策略
4. 文化市场流通渠道的选择策略包括()
 - A. 密集式流通策略
 - B. 差别式流通策略
 - C. 选择式流通策略
 - D. 直销式流通策略
 - E. 专营式流通策略
5. 中国大片的营销模式包括()
 - A. 行销大于影片
 - B. 高品质制作
 - C. 大规模造势
 - D. 文化营销
 - E. 后电影产品开发

三、名词解释(本大题共 3 小题, 每小题 4 分, 共 12 分)

1. 策划
2. 广告创意
3. 会议

四、简答题(本大题共 3 小题, 每小题 6 分, 共 18 分)

1. 简述文化市场细分的原则。
2. 简述文化产品价格的影响因素。
3. 简述动漫产业策划的要求和方法。

五、论述题(本大题 15 分)

试述文化品牌的价值与功能。

六、案例分析题(本大题 15 分)

贺岁片作为中国电影适应市场经济中不断创新的产物，经过 10 年的精心打造，已经成为当下中国电影市场最为成功的一种影片类型，广大观众热切期待的电影档期。在连续多年的高票房后，2009 年贺岁档再次刷新票房纪录，2009 年 1 月全国总计 2044 万人走进电影院，33 条院线统计票房 6.36 个亿，其中国产影片票房达到 5.58 亿，进口影片票房只有 7800 万，国产贺岁片再次彰显出独特的魅力。

结合我国电影产业发展的实际情况，谈一谈你对中国贺岁电影创意和策划的看法。

自考 365
www.zikao365.com

