

- | | |
|--|---|
| <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>>](#)

全国 2011 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、多选或未选均不得分。

- 标志着中国广告开始进入现代阶段的是()
A. 报纸广告的广泛出现 B. 杂志广告的广泛出现
C. 广播广告的广泛出现 D. 电视广告的广泛出现
- 1888 年，创办美国第一本广告专业杂志《印刷者》(Printer's Ink)的是()
A. 艾尔父子 B. 斯科特
C. 帕尔默 D. 罗威尔
- 决定广告运作有无、兴衰的外部环境力量是()
A. 政治法规环境 B. 经济环境
C. 科学技术环境 D. 人口环境
- 下列属于直接广告信息的一项是()
A. 人物 B. 道具
C. 构图 D. 情节
- 广告媒介的基本功能是()
A. 传播 B. 吸引
C. 适应 D. 载体

6. 先把调查对象分成若干群体，再从各个群体中随机地抽取群体样本，对群体样本内的每个个体进行普查的抽样方法是()

- A. 分层抽样
B. 多级随机抽样
C. 整群抽样
D. 简单随机抽样

7. 中国最大的全国性广告行业组织是()

- A. 上海广告同业公会
B. 中国广告协会
C. 中国国际广告协会
D. 中国广告学会

8. 最早在《申报》上出现的广告是()

- A. 书店和客栈
B. 洋行和银行
C. 戒烟丸和白鸽票
D. 字画装裱和中药

9. 我国最早的工商业印刷广告是济南刘家针铺的雕版印刷广告，它出现的时期是()

- A. 东汉
B. 西汉
C. 南宋
D. 北宋

10. 以广告实践作为研究对象，旨在探讨和揭示广告在商品促销中的活动规律的广告学研究分支是()

- A. 应用广告学
B. 历史广告学
C. 理论广告学
D. 传播广告学

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、少选或未选均不得分。

11. 广告活动的构成要素有()

- A. 广告信息
B. 广告主
C. 受众
D. 广告代理商
E. 广告媒介

12. 广告构图的主要原则有()

- A. 向心扩散
B. 以少胜多
C. 主次有序
D. 活泼有致
E. 虚实相生

13. 下列属于产品生命周期的选项有()

- A. 导入期
B. 成长期
C. 顶峰期
D. 成熟期
E. 衰退期

14. 现代广告事业在两个文明建设中起到的积极作用有()

- A. 传播经济信息
B. 活跃市场，指导消费
C. 促进精神文明建设
D. 促进国际贸易交往

E.沟通产销

15.企业制定广告预算的方法有()

- A.销售百分比法
- B.市场预测法
- C.量力而行法
- D.目标与任务法
- E.竞争均势法

16.广告创意的原则有()

- A.促进销售
- B.真实性
- C.独特性
- D.合理性
- E.艺术性

17.下列不属于自营媒介的有()

- A.路牌
- B.报纸
- C.霓虹灯
- D.电视
- E.车体

18.广告在媒介上推出的时间,主要是相对于商品进入市场的时间,一般的方式有()

- A.拖拉推出
- B.延时推出
- C.即时推出
- D.迂回推出
- E.波形推出

19.世界上广告最发达的国家和地区有()

- A.美国
- B.加拿大
- C.欧洲
- D.中国
- E.南非

20.1914年,“发行稽察局”(简称ABC)在美国出现,它稽察的主要对象有()

- A.报纸
- B.直邮广告
- C.杂志
- D.户外招贴
- E.传单

三、名词解释题(本大题共5小题,每小题4分,共20分)

- 21.广告代理制
- 22.广告组织
- 23.广告社会效果
- 24.广告媒介计划
- 25.非商业广告

四、简答题(本大题共4小题,每小题5分,共20分)

- 26.简述广告管理法规的特点。
- 27.简述人类传播的主要类型。

28.简述现场广告媒介的功能。

29.简述广告运作的内部环境。

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

30.试述广告的主要定位策略。

31.试联系实际论述国际广告的适应性特点。

六、综合应用题（本大题共 10 分）

32.随着媒介的多样化和接触的便利性，现代广告对社会的影响力与日俱增，这种影响既有正面的也有负面的。请结合实际论述现代广告对社会的负面影响，并举例说明儿童消费品广告对儿童健康成长的负面影响。

自考365
www.zikao365.com

