

全国 2011 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、多选或未选均不得分。

1. 目前最大也是最具权威的国际广告行业组织是( )  
A. 国际广告协会  
B. 全球广告协会  
C. 美国广告协会  
D. 欧洲广告协会
2. 刊登我国报刊史上第一条戏剧广告的是( )  
A. 《新闻报》  
B. 《遐尔贯珍》  
C. 《察世俗每月统记传》  
D. 《申报》
3. 最早使用“品牌经理制”的公司是( )  
A. P&G 公司  
B. 联合利华公司  
C. BBDO 公司  
D. 智威汤逊公司
4. 提出 DAGMAR 法的美国学者是( )  
A. 科特勒  
B. 格利  
C. 奥格威  
D. 施拉姆
5. 广告传播活动中的客体和广告作用的对象是( )  
A. 广告媒介  
B. 广告公司  
C. 广告受众  
D. 广告主
6. 我国历史上播出的第一条外商电视广告是( )  
A. 参桂补酒  
B. 人头马酒  
C. 瑞士雷达表  
D. 劳力士金表
7. 于 1927 年出版问世的《中国报学史》的编著者是( )  
A. 徐宝璜  
B. 戈公振  
C. 甘永龙  
D. 米怜
8. 多芬(DOVE)香皂以“含四分之一滋润成分”来进行定位, 这种定位策略是( )  
A. 对象定位  
B. 使用方法定位  
C. 种类定位  
D. 成分定位

9. 只接受信息而不再进一步扩散的受众类型是( )

- A. 纯粹受众
- B. 潜在受众
- C. 积极选择型受众
- D. 仰视型受众

10. 我国对广告代理费主要实行国家定价管理, 广告经营者承办国内广告业务的代理费, 占广告费的比率是( )

- A. 5%
- B. 10%
- C. 15%
- D. 20%

**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. 下列关于国际性电波媒介的表述正确的有( )

- A. 美国有线电视新闻联播网简称“CNN”
- B. 英国广播公司简称“BBC”
- C. 伦敦国际联播网简称“MBC”
- D. 纽约音乐电视联播网简称“MTV”
- E. 美国娱乐和体育节目联播网简称“ESPN”

12. 广告代理制的实施, 涉及到的广告市场主体包括( )

- A. 广告受众
- B. 广告媒介
- C. 广告公司
- D. 广告管理机构
- E. 广告客户

13. 下列属于专业媒介购买公司的有( )

- A. 未来广告公司
- B. 实力媒体
- C. 北京海润国际
- D. 传立媒体
- E. 上海兆力媒体

14. 按涵盖内容和影响范围划分, 广义的广告效果类型有( )

- A. 即时效果
- B. 认知效果
- C. 经济效果
- D. 社会效果
- E. 心理效果

15. 广告调查中的实际调查法有( )

- A. 观察法
- B. 投射法

- C. 实验法  
D. 抽样调查法  
E. 文献调查法
16. 要注意把握发布广告信息的时机包括( )  
A. 商品时机  
B. 重大活动时机  
C. 黄金时机  
D. 节令时机  
E. 价格时机
17. 网络广告的主要表现形式有( )  
A. 横幅广告  
B. 图标广告  
C. 邮件广告  
D. 插页广告  
E. 墙纸广告
18. 按直接目的划分, 广告的类型包括( )  
A. 产品广告  
B. 观念广告  
C. 品牌广告  
D. 价格广告  
E. 企业广告
19. 广告传播流程中的要素有( )  
A. 信源  
B. 编码和信息  
C. 受众与译码  
D. 噪音  
E. 媒介
20. 广告运作的外部环境有( )  
A. 媒介环境  
B. 竞争对手情况  
C. 社会文化环境  
D. 政治法规环境  
E. 科学技术环境

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

21. 广告行业自律  
22. 店头调查法  
23. 毛评点  
24. 市场细分  
25. 广告策划

四、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)

26. 简述广告受众调查的范围。

27. 简述户外广告媒介的优点。
28. 简述广告在现代经济体系中的地位。
29. 简述广告代理的双重代理性质。

**五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)**

30. 试述企业广告运作的基本程序及任务。
31. 试述实践过程中常见的广告创意方法。

**六、综合应用题(本大题共 1 小题, 共 10 分)**

32. 2005 年以来, 康师傅品牌深入研究中国大陆饮食文化特点, 根据中华美食八大菜系进行创新突破, 将消费者熟悉喜好的口味作为方便面口味发展的基础, 陆续推出了新系列方便面, 如: 西北“酸香世家”、华北“酱香传奇”、华东“本帮烧”等。

根据市场区域划分的不同的广告类型, 康师傅方便面所推出的上述系列产品应使用哪种类型的广告进行推广?并结合实际说明理由。



自考 365  
www.zikao365.com