

16.以一定期间的销售额或利润额的一定比率,来确定广告费用数额,这种广告预算制定方法是()

- A.单位销售法
- B.投资利润率法
- C.百分率法
- D.目标达成法

17.“ARF 模式”产生于()

- A.1936 年
- B.1949 年
- C.1958 年
- D.1961 年

18.广告传达信息可分为“未知——认知——理解——确信——行动”五个阶段,这五个阶段又被称为()

- A.媒介过程
- B.沟通光谱
- C.管理程序
- D.效果定律

19.关系营销又可以称为()

- A.顾问式营销
- B.定制营销
- C.数据库营销
- D.协同营销

20.下列产品不属于快速消费品的是()

- A.护发素
- B.洗衣剂
- C.即食面
- D.摄影机

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.行业生命周期分为()

- A.潜伏期
- B.导入期
- C.成长期
- D.成熟期
- E.衰退期

22.企业竞争对手的地位可以划分为()

- A.市场领袖
- B.市场濒危者
- C.市场挑战者
- D.市场追随者
- E.获取市场利基者

23.广告诉求目标的层次包括()

- A.品牌知晓
- B.品牌认知
- C.品牌偏好
- D.品牌行为
- E.品牌忠诚

24.按照信息作用的方向,媒体可以分为()

- A.印刷媒介
- B.电子媒介
- C.平面媒介
- D.单向媒介
- E.互动媒介

25.广告媒体制定广告市场价格的主要依据有()

- A.受众数量
- B.媒体市场情况
- C.受众质量
- D.广告主实力
- E.媒体质量

三、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分)

26.五种竞争力量模型

27.选购品

28.单位收视成本

29.广告代理制

30.视听率

四、简答题(本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分)

31.简述环境分析的目的。

32.简述 R.O.I 原则的内容。

33.报纸作为广告媒介的劣势有哪些?

34.广告预算的分配方法有哪些?

35.简述退出管理的实施步骤。

五、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

36.产品衰退期的市场特点是什么?企业在此期间可实行哪些广告策略?

37.试述广告效果的发生过程。

六、案例分析题(10 分)

38. 美国 A 公司以生产安全刀片而著称于世。1974 年, A 公司作出一个“荒唐”的举动,推出面向女性的雏菊牌专用“刮毛刀”,他的同行都以为 A 公司疯了,结果雏菊牌专用“刮毛刀”一炮打响,畅销美国。这源于 A 公司对市场的调查,调查发现在美国 8360 万(1973 年)30 岁以上的妇女中,为了自身美好形象要定期刮除腿毛和腋毛而使用男用电动刮胡刀的约有 2000 万人,一年费用高达 7500 万美元,丝毫不逊色其它化妆品的支出。根据对女性的调查结果, A 公司在雏菊牌专用“刮毛刀”设计上采用彩色塑料把柄,广告宣传上强调安全不伤玉腿。A 公司在销售额已达 20 亿美元的基础上,又发了一笔横财,获得巨大成功。

(1)雏菊牌专用“刮毛刀”为什么能取得成功?

(2)A 公司在开发雏菊牌专用“刮毛刀”时,市场细分的依据是什么?市场细分还有哪些标准?

