

2022年10月高等教育自学考试福建省统一命题考试

## 体育赞助导论

(课程代码 04557)

### 注意事项:

1. 本试卷分为两部分,第一部分为选择题,第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答,答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔,书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

### 第一部分 选择题

一、单项选择题:本大题共10小题,每小题2分,共20分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 在整个体育赞助运行体系中,核心主体是  
A. 企业                      B. 体育资源                      C. 媒体                      D. 经纪公司
2. 下列属于赛事最低等级的赞助商、享有最少权益的是  
A. 供应商                      B. 授权销售商                      C. 合作伙伴                      D. 冠名赞助商
3. 体育赞助的目的是  
A. 等价交换                      B. 共同获益                      C. 平等合作                      D. 商业交易
4. MLB 是美国\_\_\_\_\_联盟。  
A. 篮球职业                      B. 冰上曲棍球                      C. 职业棒球                      D. 美式橄榄球
5. 体育明星赞助中一般非常看重其基本素质,这里的基本素质是指  
A. 技能素质                      B. 体能素质                      C. 心理素质                      D. 道德素质
6. 从体育赞助传播的过程来看,体育赞助具有的特征是  
A. 有效性                      B. 隐含性                      C. 针对性                      D. 关联性
7. 隐蔽营销这一行为本身违反了市场竞争中的公平性原则,同时也侵犯的是  
A. 竞争对手权利                      B. 赛事知识产权                      C. 经纪公司权利                      D. 媒体权利
8. 赛事现场广告牌、混合采访区和新闻发布会背景板、各种印刷品的广告位上一般会出现少数企业,这体现了体育赛事赞助的  
A. 排他性                      B. 服务性                      C. 针对性                      D. 隐含性
9. 下列体育赞助风险最小的是  
A. 职业体育联盟                      B. 体育赛事                      C. 体育场馆                      D. 体育俱乐部
10. 下列不仅是一种营销方式和手段,更是一个强有力战略行为的是  
A. 激活营销                      B. 联合营销                      C. 公益营销                      D. 草根营销

### 第二部分 非选择题

二、填空题:本大题共10小题,每小题1分,共10分。

11. 从赞助商角度来讲,伏击营销行为侵犯了体育赛事官方赞助商的\_\_\_\_\_特权。
12. 体育赞助是以体育为题,以赞助双方的目标为基础,以\_\_\_\_\_为内容,以利益交换为形式的商业交易行为。
13. 赞助体育和企业自身的区别在于,企业需要依附于体育赛事、\_\_\_\_\_等客体进行营销推广活动。
14. 大多数体育资源会选择\_\_\_\_\_作为吸引赞助商的第一要素。
15. 体育赞助运行体系的源动力是\_\_\_\_\_。
16. 企业在进行体育赞助行为时更加注重结合自身的营销策略,将\_\_\_\_\_而非品牌作为战略思考的出发点。
17. 伏击营销的目的是为了开展\_\_\_\_\_,并借助体育提升自己的形象或促进销售。
18. 在赞助商和赞助资源之间寻找契合度有两种方法,一是\_\_\_\_\_;二是赞助商的品牌形象解决了被赞助对象的某种形象。
19. 对于体育赛事赞助来说,\_\_\_\_\_是企业选择赞助行为时首要考虑的因素。
20. 现阶段,我国职业体育联赛赞助开发主要采取了两种方式,一种是将市场开发权益打包卖给体育经纪公司的方式;另一种是\_\_\_\_\_。

三、名词解释题:本大题共4小题,每小题5分,共20分。

21. 整合传播
22. 体育赞助提案
23. 公益营销
24. 感知度

四、简答题:本大题共4小题,每小题8分,共32分。

25. 简述伏击营销的表现形式。
26. 简述体育赞助对赞助商的功能。
27. 简述目前体育赞助的理念。
28. 简述体育联盟赞助的推广策略。

五、论述题:本题18分。

29. 论述体育赛事赞助的策略。