

广告学(一)

(课程代码 00181)

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20小题,每小题1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. 美国成立“市场学和广告学教员协会”的时间是
A. 1874年 B. 1912年
C. 1926年 D. 1928年
2. 中国共产党中央委员会的机关报是
A. 《经济日报》 B. 《人民日报》
C. 《光明日报》 D. 《中国日报》
3. 1910年前未在我国出现过的广告形式是
A. 宣传画广告 B. 书刊广告
C. 招牌广告 D. 广播广告
4. 1936年,国民党政府颁布了
A. 《重庆市广告管理规则》 B. 《广告经营标准》
C. 《修正取缔树立广告办法》 D. 《防止利用广告欺骗顾客的办法》
5. 将调查对象按某一主要特征分类,然后在各类中随机抽取样本的抽样方法是
A. 类型随机抽样 B. 简单随机抽样
C. 机械随机抽样 D. 分层抽样
6. 可靠性最高的定性预测方法是
A. 实地观察法 B. 信函调查法
C. 人员走访法 D. 德尔菲法
7. 企业广告中长期计划的综合性目标是
A. 时间目标 B. 费用目标
C. 销售目标 D. 媒体目标

8. 企业广告中长期计划编制步骤的正确顺序是
①调查研究 ②编制不同计划方案 ③统筹安排 ④综合平衡确定正式计划
A. ①②③④ B. ①③②④
C. ③①②④ D. ②①③④
9. 统一绿茶在包装上印上抽奖方案,标明获奖率100%,其中有50%的瓶盖拧开后是“再来一瓶”,这种市场渗透策略是
A. 产品诱导策略 B. 品牌诱导策略
C. 消费刺激策略 D. 迂回竞争策略
10. 豆制品、熟肉制品应该选择的分销渠道是
A. 短而宽渠道 B. 长而宽渠道
C. 长而窄渠道 D. 短而窄渠道
11. 经营目标的提出者一般是
A. 广告经营单位 B. 广告客户
C. 广告代理公司 D. 行业主管部门
12. 广告策划方案一旦得到广告客户的认可,就成为
A. 未来广告活动的蓝图 B. 广告客户与广告媒介机构的契约
C. 广告经营单位与广告客户的契约 D. 广告策划活动的蓝图
13. 广告文案创作常用的比喻手法中,被比喻的事物称作
A. 本体 B. 喻词
C. 喻体 D. 客体
14. 广告文稿写作中比较常见的比拟手法是
A. 拟物 B. 拟人
C. 模拟 D. 白描
15. 构成其它颜色的三原色是
A. 紫、红、青 B. 红、黄、绿
C. 黄、红、蓝 D. 橙、蓝、紫
16. 属于报纸广告文字部分的组成要素的是
A. 价格、购买地点、消费者市场细分、生活情景
B. 草图、商品造型、性能介绍、人物
C. 色彩套印、使用效果、销售安排、制造厂家
D. 标题、副标题、内文、落款
17. 利用相声、大鼓书、评弹、歌唱等形式进行商品宣传的广播广告是
A. 陈述式广播广告 B. 表演式广播广告
C. 情节式广播广告 D. 配乐诗朗诵式广播广告
18. 在广告摄影时,为了使画面中的商品轮廓更清晰,应该利用
A. 反光板 B. 反射光
C. 聚光灯 D. 背面反射光

19. 复议机关在接到广告行政处罚复议申请之后,从复议申请之日起到做出复议决定的时限是

- A. 7日内
- B. 15日内
- C. 30日内
- D. 60日内

20. 广告经营者捏造、散布虚伪事实,损害竞争对手的商业信誉的违法行为属于

- A. 虚假广告
- B. 不正当竞争
- C. 超越经营范围
- D. 不履行验证手续

二、多项选择题:本大题共5小题,每小题2分,共10分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

21. 广告营销研究包括

- A. 广告效果理论
- B. 广告市场策略研究
- C. 广告历史研究
- D. 广告心理研究
- E. 广告策划研究

22. 选择广告决策方案的基本标准包括

- A. 目标明确
- B. 经济合算
- C. 技术合理
- D. 预计效果好
- E. 对社会无害

23. 引入期商品未能占领市场的原因有

- A. 商品知有率低
- B. 流通渠道不畅
- C. 企业不注重市场促销
- D. 消费者行为的排他性
- E. 商品价格过高

24. 广告直接效益的测算方法包括

- A. 注意度测算法
- B. 知有率测算法
- C. 销售额测算法
- D. 增长速度测算法
- E. 广告费用比值法

25. “车到山前必有路,有路必有丰田车”运用的修辞手法有

- A. 夸张
- B. 比喻
- C. 顶针
- D. 对照
- E. 对偶

第二部分 非选择题

三、名词解释题:本大题共5小题,每小题3分,共15分。

26. 媒体价格调查

27. 广告费用决定的销量百分比法

28. 广告剧文稿

29. 配乐诗朗诵式广播广告

30. 广告代理单位

四、简答题:本大题共4小题,每小题5分,共20分。

31. 简述我国古代广告的特点。

32. 简述简单随机抽样的概念及其特点。

33. 某公司拟采用竞争对比法来确定公司的广告费用,现已知竞争对手的广告费用是每年2000万人民币,竞争对手的市场占有率是40%,如果该公司预期要获得35%的市场占有率,则需要投入多少广告费用?请列出算式并计算。

34. 按内容性质分类,简述广告文稿的类型。

五、论述题:本大题共2小题,每小题10分,共20分。

35. 试述企业选择进入差别市场的愿望及相应的广告形式。

36. 试述企业应该怎样正确认识广告成本的作用。

六、案例分析题:本大题共1小题,15分。

37. 某生产方便面的企业想面对大学生群体推出一则宣传浓郁美味的“红烧牛肉面”的电视广告,广告主题确定为“爱上这个味!”,要求广告调性正面、积极、活泼。请结合材料回答以下问题:

(1) 什么是电视广告的分镜头剧本?(4分)

(2) 分镜头剧本包括哪些内容?(3分)

(3) 为该企业设计一则电视广告的分镜头剧本。(8分)