

2024年4月高等教育自学考试全国统一考试

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. 客户利用媒介向公众传播商品信息和其他信息，以达到特定目的的宣传方式是
A. 广告
B. 公共关系
C. 人员推销
D. 销售促进
2. 1910年以后，开始在我国出现的广告形式是
A. 书刊广告
B. 招牌广告
C. 广播广告
D. 口头广告
3. 1982年，唐忠朴、贾斌合著的广告学著作是
A. 《广告知识与技巧》
B. 《实用广告学》
C. 《广告学》
D. 《现代广告学》
4. 1982年，国务院颁布了我国第一部全国性的广告管理法规是
A. 《广告管理条例》
B. 《中华人民共和国广告法》
C. 《广告经营标准》
D. 《广告管理暂行条例》
5. 商品引入期的广告宣传中心内容是
A. 新产品的性能
B. 品牌文化
C. 品牌形象
D. 企业形象

6. 利用汉语语音或语义的条件，使某些词语或句子在特定的语言环境中获得明暗双重意义，这种修辞方式叫
A. 对偶
B. 双关
C. 对照
D. 借代
7. 广告解说词的主要特点是
A. 平铺直叙
B. 趣味性强
C. 绘声绘色
D. 风格独特
8. 《中华人民共和国广告法》规定必须在发布前依照有关法律、行政法规由有关行政主管部门对广告内容进行审查的是
A. 家电广告
B. 药品广告
C. 汽车广告
D. 房地产广告
9. 建立在对调查全体全面分析的基础之上，选择具有代表性的对象进行调查的方式是
A. 重点调查
B. 随机调查
C. 抽样调查
D. 典型调查
10. 按广告目标的性质，企业的广告决策可以分为
A. 最优决策和满意决策
B. 战略决策和战术决策
C. 计量决策和非计量决策
D. 程序性决策和非程序性决策
11. 企业广告代表着一种文化，它承担着重要的社会责任是
A. 代表流行文化
B. 发扬民族精神
C. 推广现代艺术
D. 社会文化意识导向
12. 企业产品销量与该产品市场总销售量的比率是
A. 销售量
B. 市场总量
C. 市场占有率
D. 市场容量
13. 广告创作人员进行色彩画创作时，构图应该
A. 从线条开始
B. 从色块和色域开始
C. 从市场调查开始
D. 从广告产品开始
14. 施美化妆品广播广告语：“施美施美，使你更美。”使用的修辞方式是
A. 设问
B. 排比
C. 对照
D. 反复
15. 广告语：“禾穗牌速效伤风胶囊好，好在速效。”使用的修辞方式是
A. 顶针
B. 回环
C. 借代
D. 比拟
16. 广播广告的语言设计要尽量弥补广播声音倏忽即逝的弱点，安排适当的
A. 通俗化
B. 重复
C. 快节奏
D. 口语化

17. 广告宣传的承受者,对购买行为产生决定性影响的人是
A. 广告代理公司 B. 广告媒介
C. 广告客户 D. 广告对象
18. 通过电话向调查对象直接询问,省时、省力、费用较低的调查形式是
A. 电话调查 B. 人员走访
C. 信函调查 D. 实地观察
19. 以下不是广告效益的直接效益测算法的是
A. 广告费用比值法 B. 注意度测算法
C. 销售额比值法 D. 增长速度比较法
20. 广告媒体发挥影响的地域范围是指
A. 广告媒体的触及率 B. 广告媒体的针对性
C. 广告媒体的覆盖面 D. 广告媒体的权威性

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. 广告策略包括
A. 广告媒体策略 B. 广告方式策略
C. 广告时机策略 D. 广告诉求策略
E. 广告调查策略
22. 产品是一个包含多层次内容的整体概念,包括
A. 核心产品 B. 有形产品
C. 无形产品 D. 附加产品
E. 赠送产品
23. 选择广告决策方案的基本标准有
A. 对社会无害 B. 经济合算
C. 利润最大化 D. 技术合理
E. 成本最低
24. 摄影广告的特点有
A. 真实感强 B. 创作速度快捷
C. 价格低廉 D. 对比强烈
E. 表现手法多样
25. 政府工商行政管理部门主要行使的广告监督管理职能有
A. 立法和法规解释 B. 广告经营登记
C. 监督检查 D. 指导广告业健康发展
E. 接受违法广告投诉,查处和复议广告违法案件

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. 企业的广告决策
27. 媒体的生命周期
28. 变相广告策略
29. 广告剧文稿
30. 中国广告协会

四、简答题:本大题共4小题,每小题5分,共20分。

31. 简述广告费用项目的分类。
32. 简述广告调查的步骤。
33. 简述广告代理制的基本要点。
34. 简述我国古代广告的特点。

五、论述题:本大题共2小题,每小题10分,共20分。

35. 论述商品市场生命周期中成熟期的广告策略。
36. 论述企业确定广告费用的常用方法。

六、案例分析题:本大题共1小题,每小题15分,共15分。

37. 某知名企业准备委托某广告代理公司做一个电视广告,你作为广告代理公司的客户经理,请向企业分析以下内容:
(1) 电视广告的优势;
(2) 电视广告的限制;
(3) 电视广告创作的程序。