

2024年10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. 1926年，美国哈洛德出版的广告学专著是
A. 《路牌广告史》 B. 《广告的历史》
C. 《广告构图》 D. 《广告文稿》
2. 我国第一部全国性的广告管理法规是
A. 《广告管理条例》 B. 《广告管理暂行条例》
C. 《中华人民共和国广告法》 D. 《关于文化教育卫生社会广告管理的通知》
3. 我国最早的书刊广告是
A. 济南刘家功夫针铺印刷广告 B. 清代民间木版年画
C. 北宋的招牌广告 D. 唐朝的酒旗广告
4. 市场学研究范畴中与广告联系最紧密的策略是
A. 商品策略 B. 价格策略
C. 促销策略 D. 渠道策略
5. 广告决策的首要任务是
A. 确定决策目标 B. 拟定可供选择的方案
C. 选择决策方案的标准和方法 D. 进行市场调研
6. 技术性强或单价高的产品适合选择的渠道是
A. 长而宽渠道 B. 短而宽渠道
C. 短而窄渠道 D. 长而窄渠道
7. 广告策划的主体是
A. 广告客户 B. 广告媒体
C. 广告经营单位 D. 广告受众
8. 属于广告直接效益测算方法的是
A. 销售额比值法 B. 注意度测算法
C. 视听率测算法 D. 知有率比较法
9. 每增加一个单位成本所增加的费用属于
A. 总成本 B. 固定成本
C. 变动成本 D. 边际成本
10. 报纸杂志媒体效率的衡量指标是
A. 发行量 B. 收视听率
C. 人员流量 D. 乘客人数
11. 某牙膏广告语“护齿佳品，牙痛良药”运用的修辞方式是
A. 比喻 B. 借代
C. 对偶 D. 夸张
12. 按广告目标的性质，广告决策可分为
A. 最优决策和满意决策 B. 计量决策和非计量决策
C. 战略决策和战术决策 D. 程序性决策和非程序性决策
13. 运用迂回竞争产品定位策略的首要条件是
A. 产品价格低廉 B. 拥有独特品质
C. 产品细分市场固定 D. 产品销量大
14. 间断型广告频率是将广告宣传的时间分段安排，通常间隔时间的周期是
A. 三十天 B. 十五天
C. 三天 D. 六天或者十天
15. 广告创作人员运用色彩经常和必须注意的是
A. 冷暖对比 B. 色相对比
C. 明暗对比 D. 补色对比
16. 我国广告监督管理机关是
A. 国家广电总局 B. 县级以上人民政府工商行政管理部门
C. 各级媒体部门 D. 各级司法机构
17. 必须由政府有关部门进行发布前广告内容审查的商品是
A. 化妆品 B. 药品
C. 食品 D. 房地产

18. 第一部《中华人民共和国广告法》正式施行于
- A. 1985 年 B. 2001 年
C. 1995 年 D. 1992 年
19. 广告兼营单位跨媒介代理广告业务属于
- A. 无证照经营 B. 超越经营范围
C. 不正当竞争 D. 不履行验证手续
20. 广告客户和广告经营者对工商行政管理机关处罚决定不服的, 有效申请复议的时间是
- A. 15 天 B. 20 天
C. 30 天 D. 60 天

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. 按照广告的性质分类, 广告可分为
- A. 报纸广告 B. 经济广告
C. 社会广告 D. 电视广告
E. 广播广告
22. 广告市场调查的主要内容有
- A. 消费者调查 B. 企业情况调查
C. 广告产品情况调查 D. 市场供求现状调查
E. 目标市场范围内的社会基本情况调查
23. 现实中企业确定广告费用的方法包括
- A. 力所能及法 B. 销量百分比法
C. 目标达成法 D. 销售单位法
E. 竞争对比法
24. 广告的市场渗透策略包括
- A. 产品诱导策略 B. 品牌诱导策略
C. 迂回竞争策略 D. 消费刺激策略
E. 市场定位策略
25. 广告策划中经常使用的统计调查方式包括
- A. 问卷调查 B. 人员访问
C. 重点调查 D. 典型调查
E. 抽样调查

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. 产品
27. 商标
28. 变相广告策略
29. 视觉广告文稿
30. 市场营销 6P

四、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分。

31. 简述广告决策的原则。
32. 简述产品成长期的广告策略。
33. 简述针对差别市场的广告两种基本形式。
34. 简述广告创作的特点。

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

35. 论述制定广告媒体策略时进行媒体特点分析应衡量的方面。
36. 论述广告代理制的基本要点。

六、案例分析题: 本大题共 1 小题, 每小题 15 分, 共 15 分。

37. 某卫生巾企业打算在女大学生群体中推广其卫生巾品牌, 委托一广告公司进行广告策划, 该卫生巾的主要卖点为“干爽舒适”。

请结合材料回答以下问题:

- (1) 对女大学生这一目标消费群体的特性调查应包括哪些方面? (3 分)
(2) 广告策划的程序包括哪些内容? (8 分)
(3) 如果让你为其产品设计一则平面广告, 你认为在画面和色彩的选择方面应该注意什么问题? (4 分)