

2025 年 4 月高等教育自学考试全国统一考试

广告学（二）

（课程代码 00853）

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. 最能概括衰退期广告的特点是
 - A. 强调产品的新特点和新方法
 - B. 重在营建好感度，强调产品的优点、特点
 - C. 强调品牌的稳定性，提醒消费者购买，培养品牌忠诚度
 - D. 强调企业的稳定性和长久性，并突出“转”字
- 2. 根据定位理论，通过寻找市场空白点，来选择确立自己的产品和广告个性特点，这一策略属于
 - A. 功效定位
 - B. 成分定位
 - C. 竞争对手定位
 - D. 文化象征定位
- 3. 广告运作的各个部门，分别对广告从一起点到终点之间的诸多未知因素进行客观分析和决策，以寻求达到广告目标的最佳途径的过程，是广告运作的
 - A. 起点
 - B. 终点
 - C. 基本特性
 - D. 基本原则
- 4. 广告运作中的市场调查的目的是
 - A. 提供与广告有关的资讯，以作为广告决策的依据
 - B. 提供与市场有关的资讯，以作为市场营销的依据
 - C. 提供与消费者有关的资讯，以作为产品开发的依据
 - D. 提供与竞争对手有关的资讯，以作为战略规划的依据

- 5. 广告文案的标题是广告文案的
 - A. 点睛之处，以强化广告的吸引力
 - B. 主题之源，要突出广告的独特性
 - C. 结构之核，要符合广告的合理性
 - D. 内容之魂，要体现广告的艺术性
- 6. 影响广告受众媒体接触行为的因素中，属于社会媒体环境的是
 - A. 家庭所拥有的媒体状况
 - B. 互联网络的发达程度与覆盖程度
 - C. 广告受众的兴趣、偏好
 - D. 广告受众的识（解）码能力
- 7. 广告效果的各个阶段中，“心理变化”被视为_____之间的中间环节
 - A. 未知和认知
 - B. 认知和行动
 - C. 行动和记忆
 - D. 记忆和注意
- 8. 广告管理的意义中，不包括
 - A. 保证国家对广告实施切实有效的管理
 - B. 加强法制建设，维护广告市场秩序，保护参与广告活动各方的合法权益
 - C. 查处虚假广告，保护消费者的合法权益
 - D. 增强广告，提高广告效果，扩大广告影响力
- 9. 国际广告运作中最常遇到，也是最难克服的两大障碍是
 - A. 政治和经济
 - B. 语言和习俗
 - C. 法律和科技
 - D. 媒介和文化
- 10. 在广告运作中，广告预算的分配方法不包括
 - A. 按产品种类分配
 - B. 按传播媒介分配
 - C. 按数据分析分配
 - D. 按时间分配

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。

- 11. 广告的基本功能包括
 - A. 提高产品知名度
 - B. 提升产品质量
 - C. 改变消费者行为
 - D. 提升品牌形象
 - E. 提高公众的社会责任感
- 12. 广告概念构成的要素有
 - A. 广告必须有明确的“广告主”
 - B. 商业广告是有偿的
 - C. 广告是非人员的销售推广活动
 - D. 广告主对广告的发布具有一定程度的控制权
 - E. 广告费用将成为商品或服务成本的一部分

13. 广告中的视觉元素包括

- A. 图片
- B. 肌理
- C. 配乐
- D. 版式
- E. 字体

14. 广告需要审查的内容有

- A. 广告主的主体资格
- B. 广告的颜色搭配
- C. 广告内容的真实性
- D. 广告表现形式的真实性与合法性
- E. 广告中使用的字体样式

15. 广告学的基础理论包括

- A. ROI 理论
- B. 与生俱来的戏剧性
- C. 定位理论
- D. USP 理论
- E. 品牌理论

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。

- 16. 目标市场
- 17. AIDMA 模式
- 18. 媒介计划
- 19. 广告策略
- 20. 直接信息

四、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

- 21. 广告有哪些分类方法？
- 22. 广告创意应遵循哪些原则？
- 23. 广告表现效果测定主要有哪些测评内容和方法？
- 24. 简述广告媒体策划的内容。
- 25. 简述如何制定合理的广告预算。

五、论述题：本大题共 1 小题，每小题 10 分，共 10 分。

- 26. 论述广告对社会文化的影响。

六、综合应用题：本大题共 1 小题，每小题 15 分，共 15 分。

27. 著名的汽车企业比亚迪打算推出一款手机，主打在人工智能驾驶和人车交互之间的完美配合，实现卫星通讯及匹配所有智能车型的新一代智能手机。

市场分析：比亚迪作为一家以新能源汽车为主业的公司，面临着汽车行业的转型升级和消费者需求的多元化。该公司希望借助其在电池、电机、电控等领域的技术优势，打造一款能够与其智能汽车相互连接和配合的智能手机，为消费者提供更加便捷、安全、舒适的驾乘体验。该款智能手机具有以下特点：

- 采用卫星通讯技术，无论在任何地点，都能保持手机信号的稳定和清晰；
- 采用人工智能技术，能够根据用户的习惯和喜好，自动调节手机和汽车的各项设置，如导航、音乐、温度、灯光等；
- 采用人车交互技术，能够通过语音、手势、面部识别等方式，实现手机和汽车之间的无缝对接和控制；
- 采用通用匹配技术，能够与所有品牌和型号的智能汽车进行兼容和连接，无需额外的设备或软件。

该款智能手机面临着激烈的竞争，主要竞争对手有苹果、三星、华为等国内外知名品牌。该款智能手机的目标消费者是 25-45 岁的中高收入人群，他们对手机和汽车的要求不仅是功能强大，还要有智能化和个性化的体验，同时也注重品牌形象和社会责任。该款智能手机的优势是拥有比亚迪在新能源汽车领域的专业技术和资源，以及一支富有创新力和执行力的研发团队和营销团队。该款智能手机的劣势是缺乏手机行业的经验和知识，需要与其他品牌进行差异化竞争和定位。

请根据以上的市场分析，结合你所学的广告学知识，撰写一份不少于 1000 字的广告方案。