

2025 年 4 月高等教育自学考试

广告策划试题

课程代码:00634

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 15 小题,每小题 2 分,共 30 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. _____是能实际引导行动、创造性思考及实践的过程,也有人说其是一种无中生有的精神活动。
- A. 策划 B. 计划 C. 策略 D. 战略
2. 人们习惯说的“大环境”,如经济、社会、教育、文化、军事、科技、法律、风俗等,是指
- A. 竞争环境 B. 行业环境 C. 总体环境 D. 消费者环境
3. 在产品分析中,下列选项中属于核心产品层面的是
- A. 品牌名称 B. 安装及售后服务
- C. 核心利益或服务 D. 送货和分期付款
4. 采取开拓性广告策略,广告以提高产品的知名度,使产品成功进入市场为目的,该产品处于生命周期的
- A. 导入期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 衰退期
5. 我们常说的七零后、八零后、九零后、X 世代等属于_____群体研究。
- A. 参照 B. 世代 C. 榜样 D. 地位
6. 力士香皂一贯坚持“国际著名影星的香皂”的定位,属于按_____定位。
- A. 竞争者 B. 提供的服务
- C. 产品的历史 D. 使用者

7. 消费者的信息来源大致可以分为四种,其中,“通过个人和社会关系征询意见,从相关群体、参考团体了解他们的看法、观点”属于_____信息来源。
- A. 个人经验 B. 他人经验 C. 商业场所 D. 公众
8. 以竞争为主导的广告策略中,以下选项中_____是指企业的成本低于同行其他企业的成本。
- A. 集中战略 B. 差异化战略 C. 追随战略 D. 成本领先战略
9. ROI 原则中,“R”指的是
- A. 关联性 B. 原创性 C. 震撼性 D. 传播性
10. 20 世纪 60 年代中期大卫·奥格威提出_____的创意方法。
- A. 用途性品牌法 B. 组合法 C. 品牌形象法 D. 病毒式诉求法
11. 目标受众在指定时间段内至少接触过 1 次媒介载体/广告的非重复性个人或家庭数目,经常用百分数表示,这种衡量媒介效益的指标是
- A. 千人成本 B. 到达率
C. 单位收视成本 D. 毛评点
12. 在一段时间内大量投放广告(通常为两周),然后在一段时间内停止全部广告,然后又在下一段时间内大量投放广告的做法是_____排期。
- A. 连续式 B. 起伏式 C. 脉冲式 D. 长期式
13. 将不同的媒体组合起来,使之有效地到达目标受众,指的是
- A. 媒介组合 B. 媒介选择 C. 媒介策略 D. 媒介渠道
14. 将 Web 技术与广告结合后,_____演变为实时、动态和交互的富媒体世界。
- A. 报纸 B. 广播 C. 电视 D. 互联网
15. 人们普遍认为,受众会在接触广告之时或之后产生某些思维或认知活动,_____的目的就是探明广告所引起的具体认知。
- A. 小组讨论法 B. 语句联想法 C. 认知列表法 D. 专家意见综合法

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

二、填空题:本大题共 10 小题,每空 1 分,共 20 分。

16. SWOT 分析:优势、劣势、_____和_____。
17. 不受企业控制,但可部分决定企业如何运作的因素是_____环境;而依照企业所处的行业来思考的环境是_____环境。
18. 我们将产品提供给消费者的利益点划分为三个层次:核心产品层次、_____产品层次和_____产品层次。
19. 在将消费者作为个体进行分析时,应该注意到其他一些个人因素可能会对其购买行为造成的影响,比如:消费者的_____、_____以及生活方式等。
20. 任何一个行业或行业内部的某一市场,都存在着生存发展的阶段性问题,这个阶段可以描述为:导入期、_____期、_____期和衰退期。
21. 广告表现策略的制定包括几部分的内容:
 - (1)提炼“诉求点”;
 - (2)决定诉求的_____原则;
 - (3)决定诉求的_____原则;
 - (4)决定制作表现的原则。
22. 在广告表现策略中,保险广告常常以车祸为背景展开诉求,这种诉求属于_____诉求;在广告传递的讯息中包含“目前你正面临着一个显而易见的危险”,这种诉求属于_____诉求。
23. 媒介策划人员首先要确定媒介_____;然后明确媒介策略,选择媒介;最后制定媒介排期,设定媒介_____。
24. 根据测试时间的不同,广告效果测试可以分为:_____测试、_____测试及广告发布后测试三种。
25. 广告预算方法中,百分率法是以一定期限内的_____或_____的一定比率来确定广告费用数额。

三、名词解释题：本大题共 4 小题，每小题 4 分，共 16 分。

26. 卖点

27. 理性诉求

28. 有效频次

29. 小组讨论法

四、简答题：本大题共 4 小题，每小题 6 分，共 24 分。

30. 简述企业对待环境威胁的对策？

31. 简述消费者购买行为分析的基本框架？

32. 简述对竞争对手基本市场概况监测从哪几个主要方面入手？

33. 简述网络广告的收费类型？

五、论述题：本大题 10 分。

34. 论述媒介选择的标准？



自考 365
www.zikao365.com