

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务 |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

绝密 ★ 考试结束前

浙江省 2013 年 1 月高等教育自学考试 广告学概论试题 课程代码：08710

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项：

1. 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。
2. 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 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 凡是在广告主与广告对象之间起传递信息作用的物质，都可以称为
- | | |
|---------|---------|
| A. 广告媒体 | B. 广告信息 |
| C. 广告符号 | D. 广告对象 |

- 2.以下哪一项表述的是从传统营销到整合营销传播的转向?
- A.从市场部门到跨职能部门
B.从关系为先到交易为先
C.从数据库营销到经验营销
D.从量化评价体系到模糊评估体系
- 3.下列对广告战略基本特征描述正确的是
- A.局部性
B.短期性
C.选择性
D.抗衡性
- 4.下列被列入白色单中的管理费的是
- A.广告部门事务费、顾问费、推销员费、房租费等
B.广告材料运费、邮费、橱窗展示安装费等
C.样本费、示范费、客户访问费、宣传卡纸费等
D.社会慈善费、旅游费、潜在顾客招待费、从业人员福利费等
- 5.由广告作品具体的表现形式所带来的感觉上的信息,是指
- A.直接信息
B.间接信息
C.单向信息
D.双向信息
- 6.以下属于电视广告特点的是
- A.高千人成本
B.生命周期长
C.可选择性强
D.高总成本
- 7.罗瑟·雷斯创作的“只溶在口,不溶在手”的广告是以下哪种广告理论的应用?
- A. USP 理论
B.定位理论
C.品牌形象理论
D.ROI 理论
- 8.某手机广告的标题,“自由声控,潮流好礼”,属于
- A. 直接标题
B.间接标题
C.复合标题
D.引题
- 9.广告对人们观念潜移默化的影响,这种广告效果是指
- A.传播效果
B.经济效果
C.社会效果
D.接触效果
- 10.英国政府管理广告机构主要是
- A.联邦贸易委员会
B.广告协会
C.工商行政管理总局
D.独立广播局

二、多项选择题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11.按广告内容划分，广告可以分为

- A.商业广告
- B.企业广告
- C.意见广告
- D.艺术广告
- E.网络广告

12.5R 理论的特点是

- A.5R 以竞争为导向
- B.5R 以合作为导向
- C.5R 强调企业与顾客之间的双向沟通
- D.5R 强调企业的强大宣传攻势
- E.5R 体现并落实了关系营销的思想

13. 广告战略的具体内容包括

- A. 广告对象
- B.广告媒介
- C.广告目标
- D.广告表现
- E. 广告诉求重点

14. 以下关于广告目标与营销目标关系的说法正确的是

- A. 营销目标是广告目标的基础和指导
- B.广告目标为营销目标服务
- C.广告目标是独立的传播体系，独立于营销目标
- D.广告的终极目标与营销的终极目标一致
- E. 广告的终极目标不是为了促进销售

15. 广告信息传播方式按信息的流向可划分为

- A.上行传播
- B.下行传播
- C.单向传播
- D.双向传播
- E.反馈传播

16.属于高涉入且理性区域的产品主要有

- A.汽车
- B.家具
- C.住房
- D.化妆品
- E.食品

17. 以下哪些属于杂志广告的局限?

- A. 有限的发行范围
- B.较长的预留期
- C.生命周期短
- D.干扰和竞争

E. 印刷质量

18. 广告创意的示证表现有哪几种形式?

- A. 名人示证表现
- B. 科学示证表现
- C. 自我示证表现
- D. 用户示证表现
- E. 事物示证表现

19. 广告语的表达形式有

- A. 情景型
- B. 代言人型
- C. 号召型
- D. 展示优势型
- E. 情感型

20. 广告主委托专业广告公司承担广告工作, 有如下好处

- A. 制订较完善的广告策划
- B. 及时了解广告效果
- C. 节省广告费用
- D. 及时掌握消费动态
- E. 提高广告到达率

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。

三、填空题(本大题共 8 小题, 每空 1 分, 共 12 分)

21. 1949 年中华人民共和国成立到 1978 年, 是我国广告业发展_____的时期。
22. 广告_____就是和广告活动有关的部门或单位为了实现广告目标, 收集受众信息的行为。
23. 广告刺激的信息处理通过两条线路来进行, 即中枢线路和_____线路。
24. 目前产业界盛行的两种观点, 认为国际广告传播中应实行一体化策略或_____策略。
25. 获得_____而_____的信息, 是受众判断消费价值, 并采取合理的购买行为的基本依据。
26. 受众购买决策过程一般包括五个阶段: _____、搜集信息、评估选择、购买决策和_____。
27. 广告公司媒介部门的任务是根据广告_____, 制订广告活动的媒介策略, 负责媒介的_____, 并负责与有关媒介单位接洽和联络。
28. 英国是广告管理最为成功的欧洲国家。其广告管理主要由_____和_____两部分构成。

四、名词解释(本大题共 6 小题, 每小题 2 分, 共 12 分)

- 29. 企业广告
- 30. 访问法
- 31. 销售单位法

32.涉入强度

33.贸易广告

34.广告语

五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

35.广告整合营销传播模式形成的现实背景是什么?

36.影响广告预算的主要因素有哪些?

37.网络广告有何局限?

38.平面广告的制作流程是怎样的?

39.广告社会效果评估主要包括哪些内容?

六、论述题(本大题 11 分)

40.论述广告媒体选择的方法。



自考365
www.zikao365.com