

- | | |
|--|---|
| <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

全国 2013 年 10 月高等教育自学考试 广告学（二）试题

课程代码：00853

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 1 分，共 10 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、多涂或未涂均不得分。

1. 在我国，根据《广告管理条例实施细则》第 16 条的规定，广告经营者承办外商来华广告的代理费占广告刊播费的比率是

- | | |
|--------|--------|
| A. 10% | B. 15% |
| C. 20% | D. 25% |

2. 当今世界上广告业最发达的国家是

- A. 美国
C. 日本
- B. 英国
D. 法国
3. 开办世界上第一家专业广告公司的国家是
- A. 英国
C. 美国
- B. 日本
D. 德国
4. 广告媒介计划的核心是
- A. 确定广告媒介预算
C. 确定广告媒介组合
- B. 确定广告媒介目标
D. 确定广告媒介发布周期
5. 确立广告主题的关键是
- A. 商品分析
C. 竞争对手分析
- B. 市场分析
D. 消费者分析
6. 认为广告是“改变消费者产品需求曲线的状态而付出的代价”的经济学家是
- A. 尼古拉斯·卡尔多
C. 爱德华·张柏林
- B. 文森特·罗里斯
D. 大卫·奥格威
7. 《中华人民共和国广告法》正式在全国施行的时间是
- A. 1979 年
C. 1995 年
- B. 1985 年
D. 1997 年
8. 由于信源和受众的编码、译码错误或疑问而引起的干扰是
- A. 机械噪音
C. 环境噪音
- B. 心理噪音
D. 操作噪音
9. 美国最早开播广告业务的电台是
- A. NBC
C. CNN
- B. CBS
D. WAAF
10. 美国的美乐啤酒以冷过滤工艺来进行产品定位，它使用的定位策略是
- A. 成分定位
C. 种类定位
- B. 对象定位
D. 功效定位

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、少涂或未涂均不得分。

11. 对国际广告的发展来说，最重大最直接的影响有
- A. 世界经济贸易的新格局
C. 信息传播的新方式
E. 世界政治文化的新格局
- B. 高科技的新进展
D. 传统的信息传播方式

12. 广告销售效果测定的方法包括
- A. 店頭调查法
 - B. 语句完成法
 - C. 绘画测定法
 - D. 销售地域测定法
 - E. 统计法
13. 从业务地域范围上划分, 广告公司可分为
- A. 企业广告公司
 - B. 国际广告代理公司
 - C. 国内广告代理公司
 - D. 专属媒介广告公司
 - E. 外商合资广告公司
14. 媒介接触效果的测定中, 印刷媒介的测定要素有
- A. 发行范围
 - B. 发行份数
 - C. 受众成分
 - D. 阅读状况
 - E. 认知率
15. 抽样调查中主要的随机抽样方法有
- A. 直接抽签法
 - B. 分层随机抽样法
 - C. 整群抽样法
 - D. 多级随机抽样法
 - E. 等距抽样法
16. 影响消费者消费行为的因素主要有
- A. 经济因素
 - B. 个人因素
 - C. 文化因素
 - D. 心理因素
 - E. 社会因素
17. 直邮广告媒介的特点包括
- A. 自主性
 - B. 灵活性
 - C. 直接性
 - D. 间接性
 - E. 非公开性
18. 广告文案的类型有
- A. 生活片段型
 - B. 实证型
 - C. 赞美型
 - D. 新闻报道型
 - E. 教育型
19. 现代广告对社会的正影响有
- A. 推动并加速了社会的发展
 - B. 广告与新技术的发展互为促进
 - C. 广告对社会文化的积极影响
 - D. 对大众行为的积极引导作用
 - E. 提供娱乐、话题, 丰富业余生活
20. 在广告设计制作中, 增强广告记忆的方法主要有

- A. 适当减少广告识记材料的数量
- B. 适时重复广告, 拓宽传播途径
- C. 提高消费者对广告的理解
- D. 合理编排广告的记忆内容
- E. 充分利用形象记忆的优势, 设置鲜明的特征

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、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

- 21. 每千人成本(CPM)
- 22. 务实性观念广告
- 23. 广告公司
- 24. 参照群体
- 25. 广告代理佣金实费制

四、简答题 (本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)

- 26. 简述广告行业自律的显著特点。
- 27. 简述广告受众的特性。
- 28. 简述我国现代广告事业应遵循的主要原则。
- 29. 简述广告心理学研究在实践应用中有哪些基本的广告心理战术。

五、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

- 30. 试述利用网络媒介传播广告信息的优势与缺陷。
- 31. 试述现代的广告概念应由哪些核心内容构成。

六、综合应用题 (本大题共 1 小题, 共 10 分)

- 32. 某品牌的碳酸柠檬口味饮料为了在某大学运动会期间进行促销, 拟针对在校学生进行一次问卷调查, 请结合所学广告学知识, 设计一份学生饮料消费及认知情况调查问卷。