

全国 2014 年 10 月高等教育自学考试

广告学(一)试题

课程代码:00181

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 20 小题,每小题 1 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. 1987 年,杨荣刚编著出版了
A. 《广告学》 B. 《实用广告学》 C. 《广告文稿》 D. 《现代广告学》
2. 中央电视台开始经营广告业务的时间是
A. 1958 年 B. 1978 年 C. 1979 年 D. 1981 年
3. 中央电视台改为现名的时间是
A. 1958 年 9 月 B. 1978 年 5 月 C. 1979 年 11 月 D. 1981 年 6 月
4. 1910 年前还未在我国出现的广告形式是
A. 书刊 B. 招牌 C. 霓虹灯 D. 海报
5. 十四大以后,促进了广告事业繁荣发展的是
A. 实行调整、改革、整顿、提高的方针
B. 思想上实现了拨乱反正
C. “对内搞活经济、对外实行开放”的政策
D. 建立社会主义市场机制
6. 通过对专家或具有专门知识的人士、特殊消费者的访问,以期对问题作深入的了解,这种广告市场调查是
A. 探测性研究 B. 描述性研究 C. 因果关系研究 D. 消费者研究
7. 用来研究被传播或即将被传播给目标对象的讯息的作用大小的是
A. 广告形象研究 B. 广告监测 C. 广告效果研究 D. 竞争者分析研究

8. 企业广告中长期计划编制步骤的正确顺序是
- ①调查研究 ②编制不同计划方案 ③统筹安排 ④综合平衡确定正式计划
- A. ①②③④ B. ①③②④ C. ③①②④ D. ②①③④
9. 用“广告费用= $\frac{\text{上年广告费}}{\text{上年产品销售数量}} \times \text{本年产品计划销售数量}$ ”决定广告费用的是
- A. 实际支出法 B. 销量百分比法 C. 销售单位法 D. 目标达成法
10. 产品诱导策略一般不进行过多的
- A. 利益承诺 B. 功能诉求 C. 品牌诱导 D. 服务承诺
11. 企业销售广告策略的根本特征是：广告与企业的营销措施紧密结合，追求
- A. 传播效果 B. 销售效果 C. 记忆效果 D. 社会效果
12. 按随机抽样原则，从全体对象中选取一部分进行调查，此种方法是
- A. 典型调查 B. 抽样调查 C. 全面调查 D. 重点调查
13. 某轿车广告语“车到山前必有路，有路必有丰田车”运用的修辞手法是
- A. 排比 B. 对偶 C. 对照 D. 顶针
14. 某香皂广告语“今年 20，明年 18”运用的修辞手法是
- A. 比喻 B. 对照 C. 拟人 D. 夸张
15. 以喻词“象”连接本体和喻体的比喻是
- A. 明喻 B. 暗喻 C. 借喻 D. 指喻
16. 衡量广告艺术作品水平的首要标准应该是
- A. 内含的深度 B. 经济效益 C. 艺术手法的难度 D. 独创性
17. 小型企业的橱窗的功能之一是
- A. 经常被外商和展销会包租 B. 综合反映一个城市的消费水平
- C. 兼作室内采光和货架 D. 指导消费趋势变化
18. 工商企业对没有使用广告业务专用发票的广告费用一律不准
- A. 进行支付 B. 予以承认
- C. 列入成本和营业外支出 D. 进入会计凭证
19. 贩卖假药的广告所侵犯的客体是
- A. 国家药政管理制度 B. 消费者
- C. 工商管理机关 D. 其它医药厂家
20. 处罚擅自提高广告业务代理费和户外广告场地费、建筑物占地费收费标准的非法所得的计算
- A. 以全部发布费计算
- B. 以擅自提高的费用标准与国家规定费用之差计算
- C. 以全部广告收入计算
- D. 以设计制作费计算

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。

21. 市场学中对价格策略的研究包括
- A. 新产品定价研究
 - B. 销售渠道结构研究
 - C. 市场功能研究
 - D. 市场营销的价格策略研究
 - E. 传播效果研究
22. 市场学研究中，属于对市场组织研究的有
- A. 消费者购买动机研究
 - B. 市场观念研究
 - C. 市场调查与预测研究
 - D. 市场结构研究
 - E. 市场功能研究
23. 中国近代，主要刊登国货广告的报刊有
- A. 《苏报》
 - B. 《申报》
 - C. 《湘报》
 - D. 《新闻报》
 - E. 《昭文新报》
24. 运用品牌诱导策略的必备条件有
- A. 产品确有能提供的其他利益
 - B. 产品有众所周知的利益
 - C. 其他产品不能提供相应利益或价格较高
 - D. 产品有其他产品都能提供的利益
 - E. 品牌处于产品生命周期的成熟期
25. 广告文稿的写作程序分为
- A. 准备阶段
 - B. 构思阶段
 - C. 行文阶段
 - D. 完善阶段
 - E. 创意阶段

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3分，共15分）

26. 产品生命周期
27. 目标市场
28. 力所能及法
29. 综合性广告文稿

30. 广告专用发票制度

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

31. 简述广告调查实施的步骤。

32. 简述广告决策的原则。

33. 针对差别市场的广告有哪些基本形式？

34. 简要说明《广告法》与其他广告法规的关系。

五、论述题（本大题共 1 小题，10 分）

35. 试述广告创作必须服从广告策划的原因。

六、分析题（本大题共 1 小题，10 分）

36. 某广告公司计划向客户推荐用摄影广告作为商品广告的主要形式，请你分析摄影广告的如下特点：

- （1）为什么说摄影广告的真实感强？
- （2）摄影广告创作速度为什么相当快捷？
- （3）为什么说摄影广告表现手法丰富？

七、操作题（本大题共 1 小题，15 分）

37. 某国产名牌手机为进一步扩展内地市场的市场份额，需要进行一次具有攻击力的广告宣传攻势。请根据广告策划的要求作以下事情：

- （1）确定此次广告策划的基本目的。
- （2）撰写此次广告策划的内容与程序的简略计划书。
- （3）编制此次广告攻势的费用预算项目表（只列大的费用预算项目类别，不需要写出金额）。