

全国 2017 年 4 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 5 小题,每小题 2 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. 广告作品与消费者接触是通过
A. 传播媒介 B. 广告制作人 C. 广告公司 D. 广告主
2. 广告表现最终形式是
A. 广告公司 B. 传播媒介 C. 广告创意 D. 广告作品
3. 专业以媒介研究、媒介购买、媒介企划与实施等与媒介相关业务服务为主要职能是
A. 广告代理 B. 媒介购买公司
C. 媒介管理部门 D. 广告行业协会
4. 我国最早的广告行业协会组织——“中华广告公会”,成立于上海的时间是
A. 1927 B. 1930 C. 1937 D. 1947
5. 目前最大、最有权威性的国际广告组织是
A. 世界广告协理理事会 B. 世界广告行销公司
C. 国际广告协会 D. 国际广告从业人员联盟

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、少涂或未涂均不得分。

6. 观念广告又可分为以下类型的广告
A. 政策性 B. 公益性 C. 务实性 D. 商业性 E. 营销型

7. 广告管理系统的构成包括
- A. 广告法规监管制度
 - B. 广告行政管理
 - C. 广告审查制度
 - D. 广告行业自律制度
 - E. 广告社会监督机制
8. 按广告接受者类别划分,可将广告分为
- A. 消费者广告
 - B. 经销商广告
 - C. 社会服务广告
 - D. 公益宣传广告
 - E. 工业企业广告
9. 建立广告业务档案的作用主要有
- A. 便于自查
 - B. 沟通协调方便
 - C. 业务参考
 - D. 法律凭证
 - E. 利于后续推广宣传
10. 广告公司代理业务的主要范畴是
- A. 客户代理
 - B. 业务代理
 - C. 方案代理
 - D. 媒介代理
 - E. 策略代理

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 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

11. 需要的具体表现或其内在动力系统是_____。
12. 按照国际惯例,大众传播媒介的佣金比率是广告刊播费的 15%,户外佣金比率为_____。
13. 现代广告中,广告发起、规划和执行的全过程被称为_____。
14. 广告媒体组合包括媒体载体的组合和_____的组合两种形式。
15. 根据媒体受众群体结构的广泛程度和专业化程度,可将广告媒体分为_____和专业化媒体。

四、名词解释题（本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分）

16. 广告审查制度
17. 广告主题
18. 长尾理论
19. 验证管理
20. 广告媒体组合

五、简答题（本大题共 5 小题,每小题 6 分,共 30 分）

21. 简要阐述“ROI 理论”的主要内容。
22. 简述广告策划的内容。
23. 简述广告创意的特征。
24. 简述国际广告的意义。
25. 简述通过消费者组织实行的广告社会监督的特点。

六、综合应用题（本大题共 1 小题,共 20 分）

26. 进入 21 世纪以来,中国的经济、社会文化建设进入高速发展阶段,广告领域也取得了突飞猛进的长足进步。请结合我国近十年来的经济、社会文化发展现状和广告行业变化,论述经济、社会文化建设与广告之间的关系。