

广告学(一)

(课程代码 00181)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

一、单项选择题: 本大题共20小题, 每小题1分, 共20分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的, 请将其选出。

1. 最早创建广告学的国家是
A. 英国
B. 美国
C. 德国
D. 日本
2. 中国对外经济贸易广告协会成立的时间是
A. 1980年
B. 1981年
C. 1982年
D. 1983年
3. “十年动乱”结束初期,《人民日报》、《光明日报》等报刊广告的出现形式主要是
A. 通栏
B. 预告
C. 通知
D. 套红
4. 我国上世纪50年代“大跃进”时期, 国家对外商来华广告的承办单位做了明确规定的是
A. 《广告管理暂行条例》
B. 《来华广告管理暂行条例》
C. 《关于承办外商广告问题的联合通知》
D. 《关于报刊、广播、电视台刊播外国商品广告的通知》
5. 按一定相等的距离用不重复抽样方法抽取样本的是
A. 简单随机抽样
B. 分层抽样
C. 机械随机抽样
D. 整体抽样
6. 产品销售增长率大于10%, 可判断产品所处的生命周期阶段是
A. 介绍期
B. 成长期
C. 成熟期
D. 衰退期
7. 通过确定产品每一销售单位的广告费用定额来确定广告费用的方法是
A. 竞争对比法
B. 目标达成法
C. 销售百分比法
D. 销售单位法
8. 下列有关广告费用叙述错误的是
A. 广告媒体不同, 时间、版面不同, 费用必然不同
B. 广告费用决策, 经常从值得不值得来考虑可接受程度
C. 广告费用与产品销量一般成正比
D. 广告费用是花费, 不是企业投资形式
9. 向公众展示商品的使用效果, 使观众自己作出判断的广告形式是
A. 新闻发布
B. 文体表演
C. 公益赞助
D. 示范表演
10. 广告策划的基础工作是
A. 广告调查
B. 广告预测
C. 广告决策
D. 广告实施
11. 广告语“不打不相识”使用的修辞手法是
A. 夸张
B. 比拟
C. 对照
D. 双关
12. 广告的创作必须强调
A. 艺术性
B. 广告主的意图
C. 充分的准备
D. 集体创作的原则
13. 报纸广告创作的第二步是
A. 撰写文案
B. 电镀制版
C. 拍摄照片
D. 绘制草图
14. 摄影广告利用反光板可以
A. 增强色彩表现
B. 使构思更加巧妙
C. 减少画面反差
D. 集中光线
15. 广告客户和广告经营者对工商行政管理机关处罚决定不服的, 从收到处罚通知之日起向上一级工商行政管理局申请复议的时限是
A. 7日内
B. 10日内
C. 15日内
D. 30日内
16. 表演式广播广告的特点是
A. 制作简便
B. 简明扼要
C. 符合广播规律
D. 寓宣传于艺术表演之中
17. 体积重量特别大不便搬运或体积重量较大而价值较低运费对价格影响强烈的产品, 应该选择的销售渠道是
A. 长而宽渠道
B. 短而宽渠道
C. 长而窄渠道
D. 短而窄渠道

第二部分 非选择题

18. 用文字、图形和包装结合在一起作为商标的是

- A. 文字商标
- B. 组合商标
- C. 立体商标
- D. 图形商标

19. 报纸广告的主要艺术表现形式是

- A. 电镀制版
- B. 色彩套印
- C. 撰写文案
- D. 脚本撰写

20. 未经国家批准自称是国家定点企业的广告是

- A. 虚假广告
- B. 不正当竞争
- C. 无证照经营
- D. 超越经营范围

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 与广告学有交叉关系的社会科学学科包括

- A. 市场学
- B. 政治经济学
- C. 心理学
- D. 经济法学
- E. 美学

22. 中国古代，已能够满足小商品生产者需要的广告形式有

- A. 灯笼
- B. 传单
- C. 音响
- D. 报纸
- E. 杂志

23. 按广告文稿的接收方式可以将广告文稿分为

- A. 视觉广告文稿
- B. 广告小品文稿
- C. 听觉广告文稿
- D. 广告歌词文稿
- E. 视听广告文稿

24. 电视广告分镜头剧本是

- A. 最后剪辑的标准
- B. 商品介绍的文字内容
- C. 电视广告片声画形象的文字表现
- D. 广告片构思的蓝图
- E. 导演再创作的依据

25. 下列属于广播广告音响的是

- A. 风声
- B. 乐曲
- C. 雀跃欢呼
- D. 评弹
- E. 钟表滴答声

三、名词解释题：本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分。

26. 《广告管理暂行条例》

27. 类型随机抽样

28. 消费刺激策略

29. 陈述式广播广告

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. 简述企业确定广告费用的常用方法。

32. 简述统一商标策略的优劣势及其适用条件。

33. 简述广告间接效益的测算方法。

34. 举例说明广告歌词文稿的特点和优势。

五、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

35. 请详述广告文稿的结构。

36. 论述涉及广告的行为。

六、案例分析题：本大题共 1 小题，15 分。

37. 某企业 2018 年度产品销量为 10 万件，销售金额 1000 万元，其广告费用占销售额比重是 5%，将 2019 年的广告费用确定为 50 万元。

试分析：

(1) 该企业广告费用的确定采用了什么方法？（3 分）

(2) 该企业确定广告费用时所采取的方法有什么优缺点？（6 分）

(3) 企业广告费用决策的实质是什么？（6 分）