

浙江省 2015 年 10 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. 按广告发起的目的划分,广告可分为  
A. 商业广告和公益广告  
B. 理性广告和感性广告  
C. 全国性广告和区域性广告  
D. 赢利性广告和非赢利性广告
2. 在整合营销传播思想的发展阶段,已经形成了许多清晰的关于整合营销传播的定义,这一时期是  
A. 20 世纪 70 年代  
B. 20 世纪 80 年代  
C. 20 世纪 90 年代  
D. 21 世纪
3. 某企业生产一种新产品,在大量上市之前可选择某些受众来试用这种新产品,进而调查受众对产品的看法,这种调查方法是  
A. 观察法  
B. 实验法  
C. 访问法  
D. 抽样法
4. 由社会学家提出的“新顾客层次模型”,总结出五个阶段,即  
A. 不知道—知道—理解和形象—态度—行动  
B. 注意—兴趣—欲望—记忆—行动  
C. 认知—兴趣—评估—试用—采纳  
D. 认知—知识—喜爱—相信—采购
5. 直接由广告信息的传播者把信息传播给需要者是指  
A. 单向传播  
B. 双向传播  
C. 反馈传播  
D. 人员传播

6. 香烟、饮料和酒等产品属于
- A. 低涉入且理性区域的产品                      B. 高涉入且感性区域的产品
- C. 低涉入且感性区域的产品                      D. 高涉入且理性区域的产品
7. 某城市拥有电视机的人数为 1000 万,某品牌在 A 电视节目上投放广告,A 节目的收视率为 10%,A 节目投放广告 10 次,每次价格为 1 万元,请问这个节目的千人成本是
- A. 0.1 元                      B. 1 元                      C. 10 元                      D. 100 元
8. 1986 年罗杰·冯·奥克提出了“四步创意模式”,认为每个文案和美工在创意的不同阶段扮演着不同的角色,包括探险家、艺术家、法官和
- A. 诗人                      B. 作家                      C. 战士                      D. 教士
9. 一般出现在广告文案的结尾的是
- A. 广告标题                      B. 广告随文                      C. 广告正文                      D. 广告语
10. 广告公司行政办公室的任务,是对公司的哪个方面进行全面的管
- A. 日常事务                      B. 广告业务                      C. 广告计划                      D. 广告预算

## 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. 广告的作用体现在哪些方面?
- A. 广告是竞争的利器                      B. 广告是消费的好参谋                      C. 广告是重要的信息载体
- D. 广告提高了产品的价格                      E. 广告是企业的宣传者
12. 整合营销的 4C 理论,即
- A. 沟通(communication)
- B. 成本(cost)
- C. 便利性(convenience)
- D. 企业形象(corporate image)
- E. 消费者的欲望与需求(customer wants and needs)
13. 广告战略的基本特征是
- A. 抗衡性                      B. 导向性                      C. 创造性
- D. 长期性                      E. 全局性
14. 美国 Printer's Ink 杂志,将广告费分为白、灰、黑三色,下列属于黑色单的费用是
- A. 潜在顾客招待费、从业人员福利
- B. 广告材料运费、邮费、橱窗展示安装费
- C. 包装费、广告部门以外消耗品费
- D. 样本费、示范费、客户访问费、宣传卡纸费
- E. 社会慈善费、旅游费、赠品费



# 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. 广告调研的最终目的是为了提高企业广告。
22. 广告预算由一系列预测、规划、计算、      等工作组成。
23. 广播广告制作一般分为三个阶段:前期准备、录音和      。
24. 在广告活动结束后,有关方面对广告效果所进行的综合测定评估,是指      。
25. 广告公司创作部的任务是负责广告的创作、      和      。
26. 广告组织是承担广告经营活动任务的主体机构。它包括各类专业广告公司、      单位广告部门、      广告部门,以及广告团体组织。
27. 从 19 世纪开始,英国的广告得到了迅速发展。到 20 世纪末,英国的广告费仅次于      、      ,居世界第三位。
28. 国际广告也称为跨国广告,它是      活动发展的产物,其目的在于通过各种适应国际市场特点的      ,使出口产品能迅速进入国际市场。

## 四、名词解释(本大题共 6 小题,每小题 2 分,共 12 分)

29. 广告主
30. 广告目标
31. 品牌态度
32. 涉入
33. 赛场广告
34. 广告正文

## 五、简答题(本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分)

35. 现代广告活动由哪几个基本要素组成?
36. 广告整合营销传播模式的运作要点是什么?
37. 广播广告有何局限?
38. 全球五大广告奖是哪几项?
39. 广告效果评估的基本要求是什么?

## 六、论述题(本大题 11 分)

40. 论述广告对受众行为的影响。