

**中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构**



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看不限时间、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

**英语/高等数学预备班：**英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

**基础学习班：**依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

**冲刺串讲班：**结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

**真题测试班：**通过真题的在线模拟测试，由自考 365 网校的专家名师指明未来考试中可能出现的“陷阱”、“雷区”、“误区”，帮助学员减少答题失误，提高学员驾驭和应用所学知识的能力，迅速提高应试技巧和强化所学知识，顺利通过考试！[立即报名！](#)

**自考实验班：**针对高难科目开设，签协议，不及格返还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

**浙江省 2007 年 1 月高等教育自学考试  
广告文案写作试题  
课程代码：00851**

**一、填空题(本大题共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分)**

请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

- 1.《科学的广告》的作者是美国的\_\_\_\_\_。
- 2.标题由多个词组组合而成，而多个词组之间呈现并列、递进或转折等多种关系。这种结构类型的广告标题结构被称为\_\_\_\_\_结构。
- 3.波恩巴克认为广告的三大基本特质是独创性、相关性、\_\_\_\_\_。
- 4.大多数受众在无意识的阅读中，总是先看\_\_\_\_\_，然后再决定是否阅读正文。
- 5.胆舒胶囊广告语“大石化小，小石化了”采用了\_\_\_\_\_修辞方式。
- 6.对于实效性的要求，新闻写作要\_\_\_\_\_于广告文案写作。
- 7.服务的无形性、共时性，\_\_\_\_\_这三大特征，决定了这类广告文案在写作上有特殊的要求。
- 8.广告表现内容选择的三个前提是：合目的性、\_\_\_\_\_、合表现性。
- 9.影视语言主要由以下三部分要素构成：一是视觉部分，二是\_\_\_\_\_，三是语法句法。
- 10.广告的诉求策略可以分为感性诉求、理性诉求和\_\_\_\_\_三种类型。

## 二、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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 广告文案写作的真实是指\_\_\_\_\_的真实。( )  
A. 艺术  
B. 生活  
C. 信息内容  
D. 事实
2. 广告文案的英文单词是 ( )  
A. advertising  
B. advertise  
C. copy writer  
D. advertising copy
3. 广告文案是广告作品中为传达广告信息而使用的全部语言文字, 它与\_\_\_\_\_共同构成有效传达信息的广告作品。( )  
A. 画面  
B. 声音  
C. 人物形象  
D. 非语言符号
4. 广告的“核心创意”指的是 ( )  
A. 执行点子  
B. 创意概念  
C. 广告文案  
D. 广告设计
5. 以下对广播媒介特性的描述中, \_\_\_\_\_是错误的。( )  
A. 持久性媒介  
B. 非持久性媒介  
C. 告知性媒介  
D. 具有较强的私密性
6. 以下对文案附文的描述中, \_\_\_\_\_是错误的。( )  
A. 附文又称随文  
B. 附文的作用在于促进或者方便诉求对象采取行动  
C. 附文是广告文案中可有可无的附加部分  
D. 附文传达购买商品或接受服务的方法等基本信息
7. 产品在市场成长期主要采取哪种广告策略? ( )  
A. 开拓性  
B. 提醒性  
C. 劝服性  
D. 不做广告
8. 正文是广告作品中承接\_\_\_\_\_, 对广告信息进行展开说明, 对诉求对象进行深入说服的语言或文字内容。( )  
A. 广告口号  
B. 标题  
C. 随文  
D. 画面形象
9. 创意活动是现代广告运作的一个核心环节, 是创意人员根据\_\_\_\_\_进行的创造性思考过程。( )

- A.广告主的要求  
B.广告策略  
C.诉求对象的喜好  
D.自身经验

10.著名的劳斯莱斯长文案广告“劳斯莱斯——世界上最好的车子”是\_\_\_\_\_撰写的。

( )

- A.大卫·奥格威  
B.威廉·伯恩巴克  
C.李奥·贝纳  
D.李维斯

### 三、名词解释(本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)

- 1.悬念式广告标题
- 2.广告准口号
- 3.模拟检测法
- 4.系列广告

### 四、简答题(本大题共 3 小题, 每小题 8 分, 共 24 分)

- 1.广告标题与广告口号有什么区别?
- 2.简述广播广告文案的写作注意。
- 3.电视广告文案写作有何特征?

### 五、广告文案评析 (10 分)

沟通从心开始 (中国移动广告文案)。

### 六、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 13 分, 共 26 分)

- 1.以一个著名品牌的广告口号为例, 论述广告口号的信息传播功能。
- 2.论述广告接近和打动诉求对象的主要手法。