





- C.广告媒介  
E.广告信息
- 12.影响广告预算的主要因素包括( )
- A.产品生命周期  
C.销售目标  
E.广告媒介和发布频率
- 13.在广告设计制作中,提高注意的方法包括( )
- A.增大广告刺激强度  
C.提高广告刺激物的感染力  
E.使用静态刺激
- 14.一份市场调查计划书的内容主要包括( )
- A.调查名称  
C.调查内容  
E.抽样方案
- 15.广告文案的作用有( )
- A.表达广告创意  
C.传达广告信息  
E.塑造企业形象
- 16.发布广告信息要把握以下时机( )
- A.与商品有内在联系的时机  
C.广播电视“黄金时间”  
E.普遍涨工资时机
- 17.对中国广告协会的描述符合事实的是( )
- A.是中国最大的全国性广告行业组织  
B.最高权力机构是会员代表大会  
C.其会员为团体会员  
D.中国广告学会是其下属学会  
E.各省广告协会为其下属组织
- 18.消费者采取一定的消费行为时,可能受到下列因素的影响( )
- A.经济因素  
C.个人因素
- D.广告受众(消费者)  
B.竞争对手  
D.企业财务负担能力  
B.增大广告刺激物之间的对比  
D.单一诉求,突出主体  
B.调查目的  
D.调查方法  
B.限定广告画面的内涵  
D.构成广告布局  
B.重大活动时机  
D.节令时机

E.社会因素

19.市场营销“4C理论”中的4个C指的是( )

- A.消费者  
B.成本  
C.方便  
D.渠道  
E.沟通

20.广告信息中属于直接信息的有( )

- A.语言  
B.构图  
C.声音  
D.情节  
E.色彩

**三、词语解释题（本大题共5小题，每小题4分，共20分）**

21.ABC组织

22.市场细分

23.逆向创意法

24.广告策划

25.广告附文

**四、简答题（本大题共4小题，每小题5分，共20分）**

26.整合行销传播的内涵是什么？

27.杂志广告有何优点？

28.在广告日程决策中，进行广告频度决策时有哪三种变动频率可以选择？请加以说明。

29.请列举5种经常出现在广告文案中的广告主题。

**五、论述题（本大题共2小题，每小题10分，共20分）**

30.如何善于运用不同媒介，发挥媒介组合的整体效应，使传播效果达到最大化？

31.请从角色、地位、互动特征和群体性等方面论述广告受众的特性。

**六、综合应用题（本大题共10分）**

32.请根据“广告策划的内容”，给“娃哈哈”纯净水拟定一个面向本地区市场的广告策划方案。