

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. 1928年,威治米斯推出的著作是
A. 《广告学》
B. 《广告文稿》
C. 《广告构图》
D. 《路牌广告史》
2. 中国广告界的行业组织是
A. 中国对外经济贸易广告协会
B. 中国广告协会
C. 工商行政管理局
D. 中国广告传播协会
3. “五四”时期,为抵制洋货,由毛泽东创办的刊登大量国货广告的刊物是
A. 《湘江评论》
B. 《每周评论》
C. 《天津学生联合会报》
D. 《新青年报》
4. “禹铸九鼎,以示天下”表明在当时已经出现的广告形式是
A. 政治广告
B. 口头广告
C. 社会广告
D. 商品广告
5. 对媒体价格调查,一般会运用的调查指标是
A. 受众面
B. 千人成本
C. 曝光频次
D. 广告目标
6. 先将调查对象按某一与调查无关的标志排队,然后按一定相等的距离用不重复抽样方法抽取调查样本的是
A. 简单随机抽样
B. 机械随机抽样
C. 类型随机抽样
D. 整体抽样
7. 广告决策的从实际出发原则,是指广告决策
A. 能够解决企业经营中所有实际问题
B. 要注重时效性
C. 要建立在需要和可能的基础上
D. 必须能为企业带来经济效益
8. 广告决策不确定型决策方法不包括
A. 乐观法
B. 悲观法
C. 期望值法
D. 后悔值法
9. 企业销售广告策略的根本特征是
A. 追求直接的销售效果
B. 追求即时的传播效果
C. 追求长远的社会效果
D. 追求长期的记忆效果
10. 通过对现有市场潜力的挖掘,广告的市场渗透策略能有效地
A. 树立品牌形象
B. 扩大知名度
C. 提升企业形象
D. 扩大销售
11. 企业的优势与劣势的比较前提是
A. 自身历史
B. 同类企业
C. 竞争对手
D. 领导企业
12. 属于企业经营基本原则的是
A. 避重就轻
B. 避实就虚
C. 扬长避短
D. 善始善终
13. 广告文案创作中,给物品赋予人的动作或感情的修辞手法是
A. 通感
B. 拟人
C. 比喻
D. 借代
14. 广告语“快把家庭影院搬回家”使用的语气是
A. 陈述语气
B. 祈使语气
C. 肯定语气
D. 疑问语气
15. 广告艺术创作最重要的要求是
A. 必须具有冲击力
B. 必须画面优美
C. 必须经过再创作
D. 必须出现人物
16. 广告创作必须服从的原则是
A. 广告策划的原则
B. 艺术的原则
C. 商品的原则
D. 销售的原则
17. 为弥补声音的弱点,广播广告语言的设计要求
A. 规范
B. 奔放
C. 对比强烈
D. 有必要的重复
18. 张贴于商店、车站、街道、码头、运动场等公共场所,用纸张印刷而成的广告是
A. 橱窗广告
B. 路牌广告
C. 招贴广告
D. 邮寄广告
19. 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,在收到处罚通知后向上一级工商行政管理局提出复议的时效是
A. 10日内
B. 15日内
C. 20日内
D. 30日内

20. 广告经营者承办或代理内容违法的广告, 其非法所得为

- A. 全部广告费收入
- B. 全部广告费减去管理费
- C. 全部广告费减去已支出的各项费用
- D. 全部广告费减去设计、制作等直接成本费用之差

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. 广告设计研究的内容包括

- A. 广告心理研究
- B. 广告文稿撰写
- C. 广告市场策略
- D. 广告的构图
- E. 广告媒体特点研究

22. 中国近代, 主要刊登国货广告的报刊有

- A. 《苏报》
- B. 《申报》
- C. 《湘报》
- D. 《新闻报》
- E. 《昭文新报》

23. 实地调查的常用形式包括

- A. 信函调查
- B. 电话调查
- C. 人员走访
- D. 随机抽样
- E. 实地观察

24. 在下列关于“力所能及法”的论述中, 正确的有

- A. 它是一种运用范围最广泛的方法
- B. 它总是使广告费用和企业预期实现的利润额处于尖锐相互消长状态
- C. 它直观地表现出广告费用使总成本绝对增加的程度
- D. 它实质是将不可避免的投资和支出剔除后, 量力来决定广告费用的数额
- E. 它是一种用于广告策划环节的方法

25. 分析媒体特点的时候, 要衡量的方面包括

- A. 广告收费
- B. 媒体的威信
- C. 媒体的影响层
- D. 媒体影响范围
- E. 媒体的到达率

第二部分 非选择题

三、名词解释题: 本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分。

- 26. 轮间反馈沟通
- 27. 迂回竞争产品定位
- 28. 听觉广告文稿
- 29. 录音合成
- 30. 广告无证照经营

四、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分。

- 31. 本、量、利分析方法主要应用于哪些方面?
- 32. 简述纯净水之类的快消品应选择的分销渠道和媒体类型。
- 33. 简述广告策划书附录的内容。
- 34. 简述广告创作的原则。

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

- 35. 请详述广告效益的测算方法。
- 36. 请结合实际案例详述企业广告的社会责任。

六、案例分析题: 本大题共 1 小题, 15 分。

37. 某知名企业准备委托某广告代理公司做一个摄影广告, 你作为广告代理公司的客户经理, 请向企业方解释如下问题:

- (1) 摄影广告的特点;
- (2) 摄影广告创作的程序;
- (3) 摄影中的灯光技巧;
- (4) 摄影中道具的作用和种类。