

## 全国 2009 年 1 月自考广告学 (一) 试题

课程代码: 00181

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. 1910 年前, 还未在我国出现过的广告形式是 (D) 2-46  
A. 宣传画广告 B. 书刊广告  
C. 招牌广告 D. 广播广告
2. 1982 年, 中国广告协会举办了第一届 (C) 2-61  
A. 广告作品展览 B. 广告作品大赛  
C. 广告美术设计展览 D. 广告美术作品大赛
3. 有计划、系统地收集、整理、分析市场营销资料的过程就是 (A) 3-65  
A. 广告市场调查 B. 广告创意  
C. 广告制作 D. 广告策划
4. 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 (D) 5-116  
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
5. 产品开发和生产的中心是 (B) 5-123  
A. 生产需求 B. 消费需求  
C. 营销需求 D. 产业需求
6. 广告策划方案一旦得到广告客户的认可, 就成为 (C) 6-144  
A. 广告经营单位与广告客户的契约 B. 广告客户与广告媒介机构的契约  
C. 未来广告活动的蓝图 D. 广告策划活动的蓝图
7. 经营目标的提出者一般是 (B) 6-155  
A. 广告经营单位 B. 广告客户  
C. 广告代理公司 D. 行业主管部门
8. 广告解说词的主要特点是 (B) 7-186

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!

- A. 趣味性强 B. 平铺直叙  
C. 情节生动 D. 绘声绘色
9. 广告标题“总督牌香烟能够给您而别的香烟不能给您的是什么”使用的语气是(C)7-198  
A. 陈述语气 B. 祈使语气  
C. 疑问语气 D. 肯定语气
10. 电视广告拍摄之后, 下一个步骤是 (D) 8-221/222  
A. 客户认可 B. 播映  
C. 确定播放时间 D. 剪辑配音
11. 广告艺术创作最重要的要求是 (A) 8-216  
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
12. 摄影广告的优点是 (B) 9-239  
A. 价格低廉 B. 真实感强  
C. 简洁朴实 D. 对比强烈
13. 《中华人民共和国广告法》规定在发布前必须经过有关行政部门审批的商品广告是 (D) 10-263  
A. 化妆品广告 B. 运动用品广告  
C. 食品广告 D. 医疗器械广告
14. 在下列选项中, 属于广告监督管理机构的职能是 (A) 10-256  
A. 立法及法规解释 B. 广告发布审查  
C. 广告设计制作 D. 广告行业经营
15. 广告决策要讲求经济效益, 指的是 (C) 4-80  
A. 广告决策要建立在需要和可能的基础上  
B. 广告决策要考虑对社会无害, 有利于经济可持续发展  
C. 广告决策所带来的经济效益尽量大于相应耗费  
D. 广告决策最终要使消费者了解、认可和购买商品
16. 依据广告目标的性质, 企业的广告决策可以分为 (A) 4-79  
A. 战略决策、战术决策 B. 最优决策、满意决策

C. 计量决策、非计量决策 D. 程序性决策、非程序性决策

17. 广播广告语言要响亮, 可尽量多用 ( C ) 9-235

A. 辅音打头的发音 B. 亲切的发音

C. 元音打头的发音 D. 古典诗词的发音

18. 市场学研究中, 与广告学联系最紧密的是 ( D ) 1-9

A. 消费者研究 B. 商品策略研究

C. 价格策略研究 D. 促销策略研究

19. 1981年, 潘大均、张庶平编写了 ( B ) 1-6

A. 《实用广告学》 B. 《广告知识与技巧》

C. 《现代广告学》 D. 《广告学》

20. 研究广告的经济效益, 运用的方法是 ( A ) 1-12

A. 统计学方法 B. 归纳法

C. 系统论方法 D. 控制论方法

二、多项选择题(本大题共5小题, 每小题2分, 共10分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两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、少选或未选均无分。

21. 市场调查的基本原则包括 ( ABE ) 6-147/149 未在教材中找到正确答案

A. 科学性原则 B. 客观性原则

C. 保密性原则 D. 商业性原则

E. 灵活性原则

22. 广播广告包括的因素有 ( ACD ) 9-234

A. 语言 B. 色彩

C. 音乐 D. 音响

E. 文字

23. 广告行政处罚的种类包括 ( ABCDE ) 10-271-274

A. 责令停止发布广告 B. 没收违法所得

C. 罚款 D. 追究刑事责任

E. 停止广告业务

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

24.电视广告分镜头剧本是 (CDE) 8-223

- 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.报纸广告创作的程序与步骤包括 (BCD) 8-228/229

- A. 市场调查
- B. 制版处理
- C. 绘制草图
- D. 印刷
- E. 策划

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

26.广告学 1-7

答: 广告学是研究广告活动规律的科学。广告学属于社会经济管理学科的范畴。广告学分为基础理论、广告营销研究、广告设计研究和广告管理研究四个部分。

27.典型调查 6-151

答: 典型调查是建立在对调查总体全面分析的基础之上, 选择具有代表性的对象进行调查。

28.广告行业 1-22

答: 广告行业由广告公司、广告兼营单位和广告制作单位构成。广告公司、广告兼营单位, 统称广告经营单位, 广告兼营单位又称广告媒介单位。

29.媒体生命周期 4-88

答: 媒体的生命周期, 指媒体传播讯息的有效期。广播、电视随其播出时间结束, 生命周期亦告结束。

30.广告监督检查 10-257

答: 广告监督检查职能是指对各类广告经营者、广告发布者是否具备广告从业资格, 各类广告活动是否符合国家法律、法规的要求, 定期进行的经常性监督检查上作。

四、简答题 (本大题共 4 小题, 每小题 5 分, 共 20 分)

31.招贴广告的文字排列有什么特点? 9-248

答: 招贴广告的文字排列切忌统一格式, 往往打破常规, 以奇取胜。文字根据布局结构的要求, 或作直线排列, 或作曲线排列, 甚至还可以出现倒置。

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

32.企业广告中长期计划有什么要求? 4-105/106

答: (1) 挑战性要求

(2) 明确性要求

(3) 严肃性要求

(4) 灵活性要求

(5) 可行性要求

33.党的十四大以后,我国广告事业的发展主要表现在哪些方面? 2-60/62

答: 党的十四大以后,广告事业的发展表现为以下几个方面:

一、从指导思想上拨乱反正,端正了对广告的认识,广告事业进入全面发展的历史阶段。

1、党从理论上明确了社会主义经济属于商品经济的范畴。广告是商品经济的产物,有促进商品经济发展的作用,广告不是资本主义腐朽的象征和社会浪费的表现。从此,我国广告事业进入了全面发

展的新时期。

2、1979年1月,中央宣传部发出《关于报刊、广播、电视台刊播外国商品广告的通知》,广告数量迅速增加。

3、随着我国经济建设事业、科技的发展,广告经营、设计、制作水平大幅度提高,广告理论研究迅速加强。

二、颁布广告管理法规,统一广告管理工作,建立广告管理机构。

1、1982年,国务院颁布《广告管理暂行条例》。

2、1982年下半年,在全国各级工商行政管理局的领导下,对全国广告业进行了清理整顿。

3、工商行政管理部门加强了自身的建设,全国各省、自治区、直辖市都相继建立了广告管理机构,

配备了专职的广告管理人员。

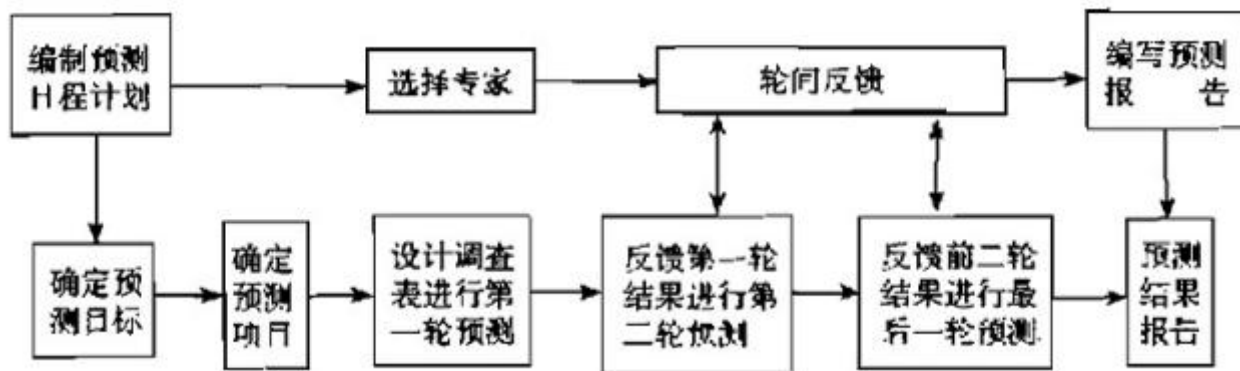
4、在国家工商行政管理局的指导下,中国广告协会于1983年12月成立。

5、国家工商行政管理局根据社会主义经济建设发展的需要,颁布大量法规。

34.简述德尔菲法的程序 3-73

答: 德尔菲法程序如图所示:

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!



五、论述题 (本大题共 1 小题, 10 分)

35. 试述广告文稿写作各阶段的主要任务。7-195/197

答: 一、准备阶段。

准备阶段包括以下几方面:

- 1、广泛搜集企业和商品的相关资料
- 2、归纳分析, 提取精华
- 3、定题和选择表现形式

二、行文阶段

行文时要注意以下几个方面:

- 1、触发灵感, 力图创新
- 2、妙语连珠, 先声夺人
- 3、文面布局, 美观大方

三、完善阶段

- 1、广告文稿写作草成之后, 还要修改润色, 加工提炼。
- 2、广告播出、刊出后, 作者还要收集市场反馈信息, 看看是否达到了预期效果, 以便进一步修改完善。

六、分析题 (本大题共 1 小题, 10 分)

36. 世界某知名石油公司在中国做汽车润滑油广告, 以广播为首选媒体, 试分析其:

- (1) 广告对象策略: 6-156
- (2) 广告媒体策略: 6-157
- (3) 广告效果。6-166

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

(1) 答：广告对象策略有：

(1) 分析广告对象要从三个方面入手：其一是社会职业层。其二是家庭状况。其三是购买行为决策人情况。

(2) 该石油公司是世界知名公司，必然具备完善的产品体系和品牌形象，因此广告对象是有车族，且收入至少为中等，男性为主，城市居民为主。

(2) 答：一、广告媒体策略要从以下几个方面衡量：

1、广告收费。量入为出是广告策划工作的准则，赤字预算是绝对不可以的。

2、媒体的影响层。

3、媒体的威信。

4、媒体影响范围。

二、基于以上原则，该公司应以中央电视台的电视广告和各高速公路、城市内户外广告并重的媒介策略。

(3) 答：采用抽样调查的方法，被选取的调查单位可以以个人。采用卡片式，请被调查者自行填写，以收集反映。计算公式主要有如下几种：

(1) 注意度测算法

注意度=对广告内容有印象人数/接触广告媒体人数\*%

(2) 记忆度测算法

记忆度=对广告内容有印象人数/收看广告媒体人数\*%

(3) 视听率测算法

视听率=收看、收听广告节目的人数/拥有电视机的人数\*%

(4) 知有率比较法

知有率发展速度=(广告后单位人数中知晓某商品人数/单位人数)/(广告前单位人数中知晓某商品人数/单位人数)

七、操作题 (本大题共 1 小题, 15 分)

37.某商品经过长期的广告宣传及促销活动,已有了相当的知名度,并有较大市场占有率。请你为此一商品下一步的推广制定广告策略,并简述理由。

(1) 广告宣传的重点; 5-130

(2) 广告媒介的选择与运用; 5-130

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

(3) 其他活动的建议。5-130

(1) 答: 广告宣传的重点是: 由过去以知有率为主的宣传, 转为做突出本企业形象的广告。重点宣传本企业的商标、工艺水平、产品质量与服务保证, 以求树立名牌的形象。

(2) 答: 以电视广告和户外广告相互配合, 增加广告投放频次和密度。

(3) 答: 其他活动的建议:

(1) 扩大宣传范围, 增加促销费用, 巩固和进一步开发流通渠道, 提高销售现场广告的水平, 增强商品的竞争力, 赢得消费者的信任,

(2) 广告宣传与企业其他促销工作配合进行, 如: 寻找新的市场, 改进商品生产, 降低价格等, 积极开展其他促销活动, 将广告宣传的效果具体落实到实现利润上。

(3) 参照竞争对手的广告费用和规模增加或减少广告费用, 提高广告竞争的力量。

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!