

## 全国 2008 年 10 月自考试题广告学(一)

### 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. 在下列机构中, 不能进行跨行业广告代理的机构是 ( A ) 1-29  
A. 电视台      B. 广告制作单位  
C. 综合性广告公司    D. 专业性广告公司
2. 20 世纪初, 美国一些经济学家在对市场变化的规律进行科学研究的基础上推出了市场学, 时间是在 ( B ) 1-5  
A. 1904 年    B. 1912 年  
C. 1918 年    D. 1926 年
3. 1866 年, J·劳沃德和 C·哈特编著的堪称广告学研究的发端的著作是 ( C ) 1-5  
A. 《广告学》    B. 《广告的历史》  
C. 《路牌广告史》    D. 《广告文稿》
4. 《循环日报》和《教会新报》广告的不同之处在于 ( A ) 2-46  
A. 前者主要刊登国货广告    B. 后者主要刊登国货广告  
C. 前者主要刊登政治广告    D. 后者主要刊登政治广告
5. 改革开放后我国第一则外商电视广告是 ( B ) 2-60  
A. 英国威斯汀·豪斯电器公司广告    B. 美国威斯汀·豪斯电器公司广告  
C. 英国通用电器公司广告    D. 美国通用电器公司广告
6. 广告运动事后评估的依据是 ( C ) 3-69  
A. 广告市场调查    B. 广告媒体调查  
C. 广告效果调查    D. 广告受众调查
7. 对广告决策所掌握对象的未来状态和变化趋势进行分析推断属于 ( D ) 3-72  
A. 广告调查    B. 广告策划  
C. 广告创意    D. 广告预测

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!

8. 下列选项中不属于杂志媒体优势的是 ( D ) 4-85  
A. 针对性较强 B. 易于彩色印刷  
C. 易于读者间再传播 D. 发行面广
9. 消费刺激策略的实质是 ( A ) 5-118  
A. 价格折让 B. 品牌树立  
C. 占领市场 D. 扩大市场
10. 广告文稿的主体部分是 ( B ) 7-193  
A. 标题 B. 正文  
C. 结尾 D. 口号
11. 某理发店广告语“谁说毫末技艺，却是顶上工夫”运用的修辞方式是 ( B ) 7-208  
A. 对照 B. 对偶  
C. 夸张 D. 双关
12. 下列选项中，不作为文化广告目的的是 ( B ) 7-191  
A. 传播 B. 营利  
C. 沟通 D. 说服
13. 广告创作的原则之一是 ( D ) 8-217  
A. 满足最广大的观众 B. 发表时机选择  
C. 演员确定 D. 创意新奇求美
14. 招贴广告要以奇取胜，文字排列就应 ( C ) 9-248  
A. 均衡排列 B. 以冷颜色为主  
C. 打破常规 D. 对比强烈
15. 摄影广告创作程序第一步是进行 ( A ) 9-240  
A. 创作构思 B. 市场分析  
C. 摄前准备 D. 商品设计
16. 橱窗广告艺术表现手法中的模拟陈列的优点是 ( C ) 9-246  
A. 直接表现商品性能 B. 容易突出商品商标  
C. 给人亲切自然的感觉 D. 全面宣传商品
17. 广告经营者在广告发布之前必须 ( C ) 10-273

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

- A. 核收全部发布费用 B. 为客户提供广告设计  
C. 查验有关证明 D. 取得消费者认可
18. 广告经营者帮助广告客户弄虚作假给用户和消费者造成损失, 应当 ( B ) 10-273  
A. 收回广告 B. 承担连带赔偿责任  
C. 赔礼道歉 D. 退回广告所得
19. 广告经营者未按照规定验证标明质量标准和获奖商品广告的证明, 应 ( A ) 10-274  
A. 处以 1000 元以下罚款 B. 没收其广告收入  
C. 责令停业 D. 通报批评
20. 下列情形中属于广告违法行为的是 ( D ) 10-274  
A. 突出所宣传的商品性能 B. 允诺低于其它同类商品的价格  
C. 广告客户自行设计广告 D. 妨碍环境与自然资源保护
- 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有二至五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. 中国近代, 主要刊登国货广告的报刊有 ( ACE ) 2-46  
A. 《苏报》 B. 《申报》  
C. 《湘报》 D. 《新闻报》  
E. 《昭文新报》
22. 下列说法中, 含有广告宣传的有 ( ABCD ) 2-38/40  
A. “章其远近” B. “悬帜甚高”  
C. “曝于日中” D. “乃募使者”  
E. “急功近利”
23. 广告市场调查中的消费者调查, 一般包括以下内容 ( ADE ) 3-68  
A. 目标市场消费者需求的特征 B. 目标市场的同类消费产品  
C. 目标市场的消费状况 D. 目标市场消费者的购买决策  
E. 目标市场消费者的购买方式
24. 下列选项中, 属于商标构成要素的有 ( AB ) 5-137  
A. 文字 B. 图形

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

C. 实物 D. 商品生产者

E. 商品销售者

25. 广告文稿的写作程序分为 ( ACD ) 7-194

A. 准备阶段 B. 策划阶段

C. 行文阶段 D. 完善阶段

E. 创意阶段

三、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

26. 中国广告协会 1-33

答:

中国广告协会是中国广告界的行业组织, 是具有法人资格的社会团体。它接受国家工商行政管理局的指导, 按照国家有关方针、政策和法规, 对全国广告宣传与经营进行指导、协调、咨询和服务, 帮助政府进行行业管理。

27. 信函调查 3-71

答:

根据调查目标, 拟定一系列能得到确切答案的问题, 将填写答案规则详细说明, 以问卷形式邮寄给调查对象。

28. 抽样调查 6-151

答:

抽样调查是按随机的原则, 在被调查全体中选取一部分调查单位进行观察, 用以推算被调查全体的调查方法。

29. 广告合同制度 10-265

答:

广告发布单位与广告客户代理人签订广告发布业务合同, 应使用规定的广告发布业务合同示范文本。合同文本由省级工商行政管理局指定承印企业印制。广告发布单位按所需数量, 到所在地工商行政管理机构领取并交纳工本费, 广告发布单位有某种特殊要求, 确需自行印制合同文本的, 经所在地省级工商行政管理局审查同意后, 方可制订和印刷, 并只限本单位使用。

30. 虚假广告 10-273

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

答:

虚假广告是指以欺骗为目的而进行的广告宣传。其主要表现有:滥用各种夸张性语言的广告;未经国家批准自称是国家定点食业的广告;利用广告推销质量低劣的产品;以出售技术情报和资料,非法牟利的广告;以市场预测为目的,为尚未投产或不能按期供货的产品做广告,等等。

四、简答题(本大题共4小题,每小题5分,共20分)

31. 简述电视广告的优缺点。1-4

答:

一、电视广告的优点较多,主要有:

- 1、宣传的影响大,范围广。
- 2、表现手法多种多样,无论是艺术流程,还是使用效果都可以随心所欲地表现,还可以采用字幕、解说、配乐、表演以及特技手法等。

二、电视广告的缺点主要是:

费用太高,使许多中小企业望而却步,不敢问津。

32. 简述广告决策的原则。4-80/81

答:

- (1) 讲求经济效益的原则。
- (2) 从实际出发的原则。
- (3) 勇于创新的原则。

33. 广告策划的基本原则是什么? 6-147/148

答:

- (1) 测查研究的原则
- (2) 运用科学方法的原则
- (3) 与广告客户密切配合的原则

34. 邮寄广告有什么优点? 9-249

答:

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

邮寄广告的印刷考究, 问候语亲切动人, 使接受邮寄者见到邮寄广告就产生好感, 不但愿意看, 而且乐于保存。

#### 五、论述题 (本大题共 1 小题, 10 分)

35. 试述广告创作的综合性特点。8-215/216

答:

(1) 广告艺术是对多种艺术表现形式的综合运用。它最大限度地吸收了电影、电视、广播、绘画、语言、文学、音乐、舞蹈、戏剧等各门艺术手段和技巧。使之在适合于广告宣传内容的基础上兼收并蓄, 使广告宣传具有艺术的魅力。

(2) 对于多种艺术形式的汲取和改造, 形成广告艺术所包容的广告文稿创作、电视广告创作、摄影广告创作、广播广告创作、橱窗广告作等艺术创作门类。

(3) 广告的策划、设计和制作等工作, 是一个多层次、多环节协同配合的过程。广告是一种集体创作的艺术。

(4) 广告艺术的综合性并不意味着它能取代和超越其他各广告艺术的职能。它受到广告艺术自身局限性的制约, 服从于广告宣传的规律。

#### 六、分析题 (本大题共 1 小题, 10 分)

36. 天和制药公司“天和骨通”贴膏媒体策略:

①当地报纸为首选媒体;

②POP 为第二重要的媒体, 其他依次为 TV、杂志、路牌、灯箱、霓虹灯;

③媒体的排期主要集中于秋冬之交。

阅读上述材料, 回答分析以下问题:

(1) 广告媒体决策须考虑的主要因素有哪些? 4-86/87

答:

(1) 目标市场

(2) 产品特性

(3) 竞争对手使用媒体状况

(4) 费用

(5) 广告媒体自身条件

(2) 分析以上媒体策略的理由。4-85

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

答:

(1) 报纸广告的读者广泛、稳定, 宣传覆盖率高。报纸广告制作简单、灵活, 制作费用低。因此优先选择报纸媒介。

(2) 户外广告小但面积大, 而且色彩鲜艳, 画面醒目, 文字简明, 所以能给来往行人以深刻的印象。因此以 POP 等户外广告辅助。

(3) 该产品针对骨头疼痛, 症状主要发生于寒冷季节或天气转冷时候, 所以媒体的排期主要集中于秋冬之交。

七、操作题(本大题共 1 小题, 15 分)

37. 据报载, 民用对讲机市场正悄然启动, 民用对讲机不需申请, 不需话费, 信号可覆盖 3 公里区域。请你为其确定广告传播策略, 并陈述理由。

(1) 确定目标消费者: 3-65

(2) 确定广告传播的重点: 5-128

(3) 创作一句广告语。 7-192

答: (1) 20-35 岁的年轻人。这批人易于接受新事物, 喜欢四处旅行, 有一定的消费能力。

(2) 民用对讲机是一种最方便的沟通工具。无须话费、无须网络支持, 可以一对一、一对多随时保持沟通。对普通消费者来说, 对讲机不仅让个人通信更自由, 而且可以表现自身独特的性格。

(3) 我有对讲机 通信更自由

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!

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!