

绝密 ★ 考试结束前

# 全国 2012 年 10 月高等教育自学考试 广告学 (一) 试题

课程代码: 00181

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

## 选择题部分

注意事项:

1. 答题前, 考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后, 用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动, 用橡皮擦干净后, 再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

### 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, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 1866 年, C·哈特和谁编著了《路牌广告史》, 堪称广告学研究的先驱?( B )1-5  
A. H·辛普森 B. J·劳沃德  
C. 威治米斯 D. 哈洛德
2. 我国上世纪 50 年代“大跃进”时期, 国家对外商来华广告的承办单位做了明确规定的是( C )2-57  
A. 《广告管理暂行条例》  
B. 《来华广告管理暂行条例》  
C. 《关于承办外商广告问题的联合通知》  
D. 《关于报刊、广播、电视台刊播外国商品广告的通知》
3. 比较《新闻报》和《湘报》的广告, 它们不同之处在于( D )2-46  
A. 前者主要刊登政治广告  
B. 后者主要刊登政治广告  
C. 前者主要刊登国货广告  
D. 后者主要刊登国货广告
4. 在企业广告投入的确定方法当中, 下列关于力所能及法的说法错误的是( D )4-90  
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的相互消长状态  
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
5. 企业广告中长期计划中属于统筹安排的综合性目标是( B )4-108  
A. 时间目标 B. 消费者行为目标  
C. 费用目标 D. 媒体目标

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!

6. 广告决策不确定型决策方法, 不包括( C )4-102  
A. 乐观法  
B. 悲观法  
C. 期望值法  
D. 后悔值法
7. 不属于企业广告中长期计划要求的一项是( D )4-105  
A. 挑战性要求  
B. 严肃性要求  
C. 明确性要求  
D. 不变性要求
8. 不属于企业广告中长期计划特征的一项是( D )4-106  
A. 全方位  
B. 一体化  
C. 决策型  
D. 社会性
9. 广告宣传的接受者是( B )6-156  
A. 广告客户  
B. 广告对象  
C. 广告媒体  
D. 广告从业者
10. 广告市场调查问卷设计的要求是( A )6-152  
A. 简单明确、汇总方便  
B. 全面详实、成系统  
C. 内容全面、便于回答  
D. 主题明确、对症下药
11. 某家电企业派专人到商场调查顾客的购买情况, 其采用的方法是( A )6-151  
A. 重点调查  
B. 典型调查  
C. 观测法  
D. 实验法
12. 广告创作必须坚持的一个原则是( A )8-218  
A. 集体创作的原则  
B. 艺术至上的原则  
C. 人员促销的原则  
D. 分兵把守的原则
13. 广告的创作必须强调( B )8-217  
A. 艺术性  
B. 广告主的意图  
C. 充分的准备  
D. 市场特点
14. 广告创作必须服从的原则是( A )8-216  
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
15. 表演式广播广告的特点是( A )9-238  
A. 寓宣传于艺术表演之中  
B. 制作简便  
C. 简明扼要  
D. 威武雄壮
16. 陈述式广播广告的特点是( A )9-238  
A. 制作简便  
B. 艺术性强  
C. 节奏感强  
D. 诗情画意
17. 情节式广播广告的一个特点是( C )9-238  
A. 高亢嘹亮  
B. 符合广播规律  
C. 避免说教  
D. 制作简单
18. 广告代理制度的基本要点是( B )10-270  
A. 广告专门设计  
B. 实行佣金制  
C. 提交广告证明文件  
D. 使用规范广告合同
19. 广告经营者和广告客户超越经营范围的情形有( C )10-272  
A. 广告发布单位承揽广告设计  
B. 广告客户自行设计广告

- C. 广告兼营单位跨媒介代理  
D. 广告客户直接向消费者展示广告内容
20. 不正当竞争广告是指( C )10-272
- A. 允诺低于其它同类商品的价格  
B. 集中强调所宣传的商品的性能
- C. 贬低同类产品  
D. 强化消费者的选择

## 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, 请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 引入期商品未能占领市场的原因有( ABD )5-129
- A. 商品知有率低  
B. 流通渠道不畅
- C. 企业过于注重市场促销  
D. 消费者行为的排他性
- E. 商品价格过高
22. 广告决策的程序, 包括的步骤有( ABC )4-92
- A. 确定决策目标  
B. 拟定可供选择的方案
- C. 确定选择方案的标准及方法  
D. 选择最满意方案
- E. 确定广告调查方法
23. 下列各项中, 符合广告决策目标单义性要求的有( ACD )4-92
- A. 扩大市场占有率  
B. 提高资金利润率
- C. 增加销量  
D. 提高品牌知名度位次
- E. 提高产品质量
24. 在我国古代, 下列形式哪些属于社会广告?( ABCD )2-36
- A. 诰书、令  
B. 制、策书
- C. 露布  
D. 批、判、碑志
- E. 诗、赋
25. 广播广告的特点包括( ABC )1-3
- A. 传播迅速, 可以在最短的时间内播出广告信息
- B. 少受地理环境影响, 几乎任何地方都能听到
- C. 收费标准低
- D. 保存长久, 能给人留下深刻记忆
- E. 发布周期较长, 影响力持久

## 非选择题部分

### 注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上, 不能答在试题卷上。

### 三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

26. 观景式相机 9-241

答:

观景式相机, 是指由前方镜头版、后方对焦板及连接二者的风琴箱组成的照相机。观景式相机的镜头版和对焦版可以随意移动, 改变画面焦点和透视关系。

27. 企业长期成本 6-170

答:

企业长期成本, 是指企业在长期内根据所要达到的产销量, 调整全部生产经营要素投入量时  
本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

所发生的费用。

28. 广告时机 6-159

答:

广告时机,是发布广告的时间和机会的总称,不是在任何时间内发布广告都可以获得成功的。

29. 综合性广告公司 1-23

答:

综合性广告公司,是指拥有经营多种广告的业务能力的公司。

30. 广告基础理论 1-7

答:

广告基础理论,是运用经济学、政治学、哲学、逻辑学等基本观点,对广告的定义、地位、作用、历史和广告管理的原则、方法等课题进行系统的研究,以揭示其中最一般的规律和最深刻的本质。

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)

31. 广告专用发票经营项目的内容应如何明确填写? 10-267

答:

- (1)“广告发布费”。
- (2)“广告设计制作费”。
- (3)“广告代理费”。

32. 电子翻转广告牌的工作原理是什么? 9-251

答:

磁翻转信息显示系统是利用具有矩形磁滞回线的磁棒、恒磁块与塑料片组合成为显示单元,若干个显示单元组成显示阵列,即形成显示板。显示单元越多,则显示板的面积越大,微型计算机输出信息,经译码、扫描,驱动电路控制显示板,使有关联的塑料片翻转就显示出图形。

33. 简述我国古代广告的特点 2-42

答:

- (1)在广告中,社会广告所占比重由大到小,经济广告所占比重由小到大。
- (2)广告活动的区域性强,经济广告随朝代政权的崩溃所产生的经济结构的解体而衰败。
- (3)经济广告受市场的制约。
- (4)经济广告的发布者、商品生产者和商品经销者三位一体。

34. 什么是分镜头剧本? 8-221

答:

- (1)分镜头剧本由镜头序号、镜头时间长度、音乐、音响效果、镜头角度和场景等内容组成。
- (2)在编写分镜头剧本的同时,还要编写出解说词文稿。

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

(3) 电视广告的分镜头剧本与草图设计关系密切, 常常配合进行。

### 五、论述题(本大题共 1 小题, 10 分)

35. 试述成熟期商品的广告策略。5-131

答:

(1) 选择恰当媒介, 开展多层次、多方位的广告宣传。广告费用不应减少。努力提高广告的艺术水平和感染力。由于企业利润增加, 有财力举办赞助广告活动, 一则树立企业乐善好施的形象, 二则避免消费者对日趋增多的广告的厌恶感。

(2) 向已占领的市场宣传商品用途的多样性, 向新市场宣传商品的可靠性, 以求深耕老市场, 开拓新市场。

(3) 广告中极力突出商标, 树立企业形象。强调本企业商品与消费者的密切关系, 促使消费者形成对本企业商品的消费习惯。要保持和延长商标的生命期, 为商品的更新换代做准备, 使新产品仍然可以使用老牌子。

### 六、分析题(本大题共 1 小题, 10 分)

36. 郭冬临出演的汰渍洗衣粉电视广告曾经在各电视台热播, 请从以下几个方面对其进行分析。

(1) 其广告文稿属何种表现形式? 7-182

(2) 广告文稿的主题是什么? 7-195

(3) 广告的主要诉求对象是谁? 5-156

(1) 答:

属视听广告文稿。

视听广告集视觉广告和听觉广告之长, 它主要通过编排电视、电影镜头, 利用音响和直观效果来传递信息、介绍商品。

(2) 答:

主题是突出商品的优点和使人牢记商标。

广告文稿的主题, 就是广告宣传的中心点。有的突出商品的优点, 有的使人牢记商标, 有的要树立企业的形象。

(3) 答:

家庭主妇。

### 七、操作题(本大题共 1 小题, 15 分)

37. 力士香皂的广告语是国际著名影星娜塔莎·金斯的一句话“我只用力士”。上海利华公司对此广告语的广告效果进行市场研究。

问题: (1) 上海利华公司的广告效果调查应包括哪些内容? 3-69

(2) 此项调查一般可采用哪些形式进行? 3-71

(3) 请按事后评价的方式拟定调查方案的内容。3- (教材中无法找到标准答案)

(1) 答:

广告效果调查的内容涉及市场、动机、媒介、销量等几个方面。

(2) 答:

(1) 事前评估的形式。

(2) 事后评价的形式。

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

(3) 答:

事后评价主要是对广告播放后进行效果测试,以便确知广告传播是否达到预期效果。主要从受众对广告的总体评价、对广告各元素的评价、对广告内容的回忆程度,确知广告在消费者中留下的广告印象,是否能够给消费者传递正确的广告商品信息。

自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!