

全国 2013 年 1 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. 市场学研究中, 建立公共关系的是 (D) 1-9
A. 商品策略研究 B. 市场组织研究
C. 销售渠道策略研究 D. 促销策略研究
2. 我国古代广告发展中, 产生最早的是 (B) 2-36
A. 招牌广告 B. 社会广告
C. 政治广告 D. 印刷广告
3. 按问题出现的重复程度和解决问题的成熟程度进行的企业广告决策可分为 (D) 4-80
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
4. 使用情节表现手法的橱窗广告艺术表现是 (B) 9-246
A. 商品直接表现 B. 故事表现商品
C. 均匀对称的布局 D. 橱窗布置体现连带关系
5. 先依据一定标准规定调查对象各群体的样本配额, 这样的抽样是 (C) 教材中无标准答案
A. 任意抽样 B. 判断抽样
C. 配额抽样 D. 滚雪球抽样
6. 属于企业长期广告计划中统筹安排单项目标的是 (B) 4-108

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. 销售目标
B. 时间目标
C. 消费者行为目标
D. 沟通效果目标
7. 短期成本中随产销量的变动而变动的成本是 (C) 6-170
A. 固定成本
B. 边际成本
C. 变动成本
D. 总成本
8. 广告决策的首要课题是确定 (B) 6-156
A. 广告目标
B. 广告对象
C. 广告主题
D. 广告媒介
9. 商品销售额的变化所反映的广告效益属于 (A) 6-164
A. 直接效益
B. 间接效益
C. 长期效益
D. 短期效益
10. 广告发布单位和广告代理人签订广告发布业务合同必须 (A) 10-265
A. 使用规定的合同文本
B. 进行法律公正
C. 取得广告主认可
D. 遵守统一价格
11. 在我国, 跟一般工商企业有直接关系的广告管理制度有 (A) 10-270
A. 广告代理制度
B. 广告价格标准
C. 公益广告发布
D. 广告经营登记
12. 中华书局出版的《广告学》的编者是 (A) 1-6
A. 冯洪鑫
B. 吴铁声
C. 傅汉章
D. 唐忠朴
13. 我国古代广告的发展特征是 (D) 2-43
A. 持续式发展
B. 跳跃型发展
C. 扩张式发展
D. 锯齿形发展
14. 未经登记的从事广告经营活动的单位和个人, 所处罚的非法所得是 (A) 10-277
A. 全部广告收入
B. 设计制作成本费用
C. 广告发布收入
D. 以全部广告收入减去设计制作成本
15. 对商品消费者、经营者、生产者、竞争者情况和相关环境的调查是 (C) 3-65
A. 广告效果调查
B. 广告媒体调查
C. 广告市场调查
D. 广告文案调查
16. 《政治官报》创办于 (A) 2-46
A. 1907 年
B. 1908 年
C. 1909 年
D. 1910 年

- (1) 服从广告策划的原则;
- (2) 创意求美的原则;
- (3) 集体创作的原则。

32. 简要说明报纸广告的创作程序。8-227

答:

- (1) 在创作会议中统一创作方针;
- (2) 绘制草图;
- (3) 创作人员将报纸广告小样送交广告创作会议讨论;
- (4) 制版处理;
- (5) 印刷。

33. 在制定广告媒体策略时, 通常从哪些方面衡量媒体? 6-157

答:

- (1) 广告收费;
- (2) 媒体的影响层;
- (3) 媒体的威信;
- (4) 媒体影响范围。

34. 简要说明广播广告的语言特点。9-235

答:

- (1) 通俗化, 就是要用广告对象通用的语言, 深入浅出地表述广告内容, 使听众一听就懂;
- (2) 口语化, 就是要使书面用语口语化, 不用生僻的成语、词和字;
- (3) 亲切, 就是要使听众听到广播广告, 不但顺耳, 而且顺心;
- (4) 响亮, 就是要让听众感到广播广告的声音清脆明朗、宏亮悦耳;
- (5) 节奏感强, 要求增加广播语言的感染力, 使听众感受到语言的韵律美。

35. 简要说明广告监督管理机构的职能。10-255

答:

- (1) 立法和法规解释
- (2) 广告经营登记;
- (3) 监督检查;
- (4) 接受违法广告投诉, 查处和复议广告违法案件;
- (5) 指导广告业健康发展。

五、论述题 (本大题 15 分)

36. 论述广告文稿常用的修辞方式, 并简要举例。7-205

答:

(1) 比喻, 就是人们常说的打比方。如: 知识像海洋。

(2) 借代, 借用与本体有密切关系的事物来代替本体的修辞方式。如“亲爱的听众, 海鸥去年曾飞往洛杉矶, 我国体育健儿人人佩带海鸥表; 海鸥又飞到南极洲, 我国南极考察勇士也个个佩带海鸥表、前不久, 海鸥表参加了全国评比, 又获得好成绩。愿海鸥再接再厉, 飞得更远更高。”

(3) 比拟, 把物当作人来描写, 赋予它人的动作或情感, 叫拟人。把人当作物, 或把此物当作彼物来描写, 叫拟物。如: 大厅里, 各种蔬菜瓜果伴随着悠扬的乐曲, 正在翩翩起舞, 突然大门被撞开, 一群害虫从天而降, 气势汹汹地唱着“我们是害虫, 我们是害虫”, 把蔬菜瓜果吓得东奔西跑。这时“来福灵”农药来了, 挥舞着拳头高唱“正义的来福灵, 正义的来福灵, 一定要把害虫杀死, 杀死!”把那群害虫驱赶得抱头鼠窜, 不久, 各种蔬菜瓜果又翩翩起舞了。

(4) 夸张, 为强调或突出某一事物, 在现实的基础上有意地言过其实, 这种修辞方式叫夸张。如: 梁新记牙刷用成语“一毛不拔”作广告。

(5) 对照, 把两种相互对立的事物, 或同一事物的对立各方面放在一起, 形成鲜明的比较, 这种修辞方式叫对照。例如陕西人民广播电台编播制作的《西安白玉牌家用洗衣机》广告小品, 把洗衣机变成人物“小白土”, 让用户喜大妈和小白玉直接对话。星期天, 喜大妈面对一大堆要洗的衣物叹息发愁。这时, 随着一声亲切的呼叫, 一个“方方正正、明光铮亮”的小家伙——小白玉高现住喜大妈面前, 三下五除二, 就帮喜大妈解除了劳累和烦恼。

(6) 对偶, 是用结构相同, 字数相等的两个词组或句子来表达相关的内容的一种修辞方式。如: 护齿佳品, 牙痛良药

(7) 双关, 利用汉语语音或语义的条件, 使某些词语或句子在特定的语言环境中获得明暗双重意义, 这种修辞方式叫双关。如: 春光明媚, 处处有芳草。洁齿爽口, 人人爱芳草。

(8) 排比, 把结构相似, 意义相关, 语气一致的词组或句子并列在一起。如: 金星牌电视机, 精心设计, 精心生产, 精心筛选, 精心测试。金星精心, 电视机的一颗明星。

(9) 反复, 为了突出某个意思, 强调某种感情, 有意识地重复使用某些词语或句子。如“施美施美, 使你更美”。

(10) 设问, 为了引起听众, 读者的注意和思考, 明知故问, 或自问自答, 或问而不答。如: 朋友, 洗脸、洗手喜欢用哪种香皂? 奥琪系列产品之一奥琪香皂您可知道? ……

(11) 顶针, 把前一句结尾的词语用住下 勺开头, 形成首尾蝉联的句式。如: “车到山前

必有路，有路必有丰田车”。

(12) 回环，利用语序构成的一种修辞形式。如：“人人为华信，华信为人人”。

六、案例分析题（本大题 15 分）

37. 某产品的广告语是“除了价格全部一流”。请分析该生产商使用的广告策略。5-121

答：

该生产商使用的广告策略是迂回竞争市场定位策略。所谓迂回竞争市场定位是垂中充分考虑了竞争因素的影响，选择竞争程度较低的位置以取得顺利拓展市场的功效。其重点在于让目标消费者确认产品的质量高而价格低。使消费音乐意购买，经销商乐意经销。

自考备考三件宝：
自考笔记、
真题及答案、
录音课件！