

2024 年 4 月高等教育自学考试

广告策划试题

课程代码:00634

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 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。

选择题部分

注意事项:

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 15 小题,每小题 2 分,共 30 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. _____ 是专门致力于规划、执行、服务广告客户的广告策略和计划的组织,许多组织都利用它的创意、生产和传播广告讯息,推进营销和促销过程。

- A. 广告主 B. 广告公司 C. 媒介组织 D. 调研公司

2. 经济因素决定了企业能否获得充足的资金、消费者的购买力以及畅通的流通渠道,下列属于经济因素的有

- A. 家庭收入 B. 技术变革
C. 逐渐步入老龄化社会 D. 生活方式

3. 根据产品的特征,比如根据产品的耐用性和有形性,可以明确地把产品分为两大类:有形的产品和无形的服务。下列选项中 _____ 属于有形的产品。

- A. 维修 B. 啤酒 C. 教学 D. 医疗

4. 具有相同功能及用途的所有产品是

- A. 产品形式 B. 产品品牌 C. 产品品类 D. 产品线

5. 美国营销学家温德尔·史密斯首先提出 STP 理论,其中“S”指的是

- A. 市场定位 B. 目标市场选择 C. 品牌形象 D. 市场细分

6. 七喜的“非可乐”定位,是按照 _____ 定位。

- A. 产品种类 B. 商品特性带给顾客的利益
C. 产品的历史 D. 文化象征

更多真题资料关注“学硕学堂”微信公众号获取

7. 竞争分析的目的:寻求个体间的_____优势。
- A. 产品 B. 差异 C. 竞争 D. 市场
8. 在产品类型对诉求目标的影响中,下列产品_____属于高卷入度“情感型”产品。
- A. 啤酒 B. 香烟 C. 保险 D. 珠宝
9. 李奥·贝纳认为,创作成功广告的秘诀就在于找到产品本身“与生俱来的戏剧性”,这种方法被称为
- A. 固有刺激法 B. 定位法 C. USP D. 组合法
10. 在_____广告中,广告主让代言人推荐广告中的品牌,而不是单纯地提供信息。
- A. 推理式 B. 评论式 C. 演示式 D. 证言式
11. _____指目标受众中接触广告次数超过最低次数的人数或百分数。
- A. 接触频次 B. 有效到达率 C. 到达率 D. 有效频次
12. 对媒介的质和量的评估,就是媒体选择的重点内容。下列选项中_____属于媒体质化评估的主要项目。
- A. 收视率 B. 开机率 C. 接触关注度 D. 阅读率
13. 购买媒介排期指定的媒介时间和媒介空间,指的是
- A. 媒介购买 B. 媒介选择 C. 媒介组合 D. 媒介渠道
14. 起源于上世纪二三十年代,在购买时间和购买地点发布的广告是_____广告,旨在诱导消费者产生参与动机和购买欲望并最终付诸购买行为。
- A. 富媒体 B. UGC C. 程序化 D. POP
15. 网络广告效果的监测内容有
- A. 广告发布过程监测 B. 广告视听率调查
- C. 网络舆情监测 D. 媒介环境监测

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。

二、填空题:本大题共 10 小题,每空 1 分,共 20 分。

16. 广告公司中有_____广告公司和_____广告代理公司之分。
17. 宝洁在日本、中国香港和中国台湾地区推出 SK-II 皮肤护理产品,在日本,最称心如意的“像煮熟的鸡蛋”一样“半透明”的光洁肌肤,在我国香港,“水晶般光洁”最吸引人;在中国台湾人们的标准是“红润光洁”,这是考虑了_____文化。而一个时期内社会中许多人都在实践和追随的一种新的物质生活方式和精神生活方式,则是_____文化。

更多真题资料关注“学硕学堂”微信公众号获取

18. 广告表现的一个主要问题就是确定传播的具体内容。在一个具体的商品信息中,从挖掘_____的分析开始,到筛选出_____概念,然后以此为基点确定表现概念,是明确信息表达内容的三个步骤,这三个步骤的关系是递进的。
19. 消费者的信息卷入行为分为_____行为和_____行为,表现出明显的行为特征差异。
20. 市场的竞争形态多种多样,为了将竞争形态进行归类,可以先整理形成竞争形态的各种条件。通常导致市场竞争形态差异的条件有:_____、产品性质、_____、产业进入条件。
21. 广告诉求围绕着_____,通过作用于受众的认知和情感,促使受众产生_____。
22. 广告创意的创造力主要体现在创新的广告表现方法上:超常规、_____和_____。
23. 千人成本是最常见的一个衡量标准,其计算: $CPM = \frac{\quad}{\quad} \times 1000$ 。
24. 在 ARF 测试法中,纯粹体现媒介广告效果的指标有三个:媒介普及、_____和_____。
25. 按照活动项目,广告预算涉及以下内容:_____、广告创意设计制作费、_____、实施各类活动的费用及广告部门行政费用。

三、名词解释题:本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分。

26. 态度
27. 集中战略
28. 独特销售建议法
29. 媒介目标

四、简答题:本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分。

30. 简述广告策划涉及的组织有哪些?
31. 根据消费者的购买习惯,可以将消费品分为哪些类型?
32. 根据经济的周期性,可以将行业分为哪些类型?
33. 简述手机移动端媒体的优势。

五、论述题:本大题 10 分。

34. 论述竞争地位理论及应用策略。