

浙江省 2021 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. _____ 的服务是为了给制定广告策略决策提供数据、资料,这些资料涉及范围较广,如市场资料、行业数据与分析、消费者数据等。

- A. 广告主 B. 广告公司 C. 媒介组织 D. 调研公司

2. 在对环境进行分析时,PEST 分析法是一种提示性非常强的分析规则。其中 E 代表

- A. 社会/文化 B. 政治 C. 科技 D. 经济

3. 消费者需要同时消费两种或两种以上商品才能满足自己的需要,这两种商品之间的关系是

- A. 相近品类 B. 替代品 C. 互补品 D. 奢侈品

4. 在产品的导入期,产品刚刚上市,消费者对产品还不了解,只有少数追求新奇的消费者可能购买,销售量较低,急需开拓市场。这一阶段宜采用

- A. 劝服性广告策略 B. 提醒性广告策略
C. 开拓性广告策略 D. 维持策略

5. _____ 就是根据消费者对产品的使用模式和喜爱程度对市场进行细分。

- A. 信赖者类型细分 B. 重度使用者细分
C. 利益类型细分 D. 购买时机类型细分

6. _____ 指不考虑细分市场之间的差别而向市场提供一种产品或服务。

- A. 差异化营销 B. 无差异营销 C. 集中营销 D. 品牌营销

7. IBM 网络产品突出“四海一家的解决之道”,这是按照_____定位。
- A. 文化象征 B. 竞争者 C. 提供的服务 D. 使用者
8. 竞争分析的目的:寻求个体间的_____优势。
- A. 竞争 B. 差异 C. 产品 D. 市场
9. 艾尔·莱斯和杰克·特劳特在 20 世纪 70 年代早期提出_____,经过不断发展而成为今天制定广告策略最基本的方法之一。
- A. ROI B. 定位法 C. USP D. 组合法
10. 广告创意魅力的最主要特征集中表现在_____和促销力这两个方面。
- A. 创造力 B. 影响力 C. 艺术力 D. 互动力
11. _____指为实现广告主的传播目标和销售目标,目标受众应该接触到讯息的次数。
- A. 接触频次 B. 有效到达率 C. 到达率 D. 有效频次
12. _____媒介组合将全部媒介发布费集中投入一种媒体。
- A. 分散式 B. 脉冲式 C. 集中式 D. 连续式
13. 下列选项中不属于手机移动端媒体优势的是
- A. 制作成本非常低 B. 自由移动性强
- C. 地理覆盖面极其广 D. 生活功能丰富多样
14. 在广告表现效果的测试方法中,_____是将一幅广告向被测试者展示几秒钟,然后收回广告,要求被测试者马上讲出或写下他当时想到的几个单词,然后将各个被测试者反应的单词汇总起来进行分析。
- A. 故事板录像测试 B. 语句完成法
- C. 认知列表法 D. 语句联想法
15. 在广告预算的方法中,_____以商品的一件、一箱或同类商品的一定数量为单位,规定每个销售单位支出多少广告费,再乘以预测销售数量,得出总的广告费预算。
- A. 支出可能额法 B. 百分率法 C. 单位销售法 D. 目标达成法

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. 广告策划涉及的组织包括_____,_____,广告制作公司、专业广告公司、市场调查公司、演员经纪公司、媒体组织、媒介购买公司、公共关系公司等。

17. 在经济环境中,经常受到关注的经济因素包括:_____、_____和社会经济景气程度。
18. 产品的差异化有_____尺度和_____尺度之分。
19. 卷入问题可以分为_____、_____和购买决策卷入三个角度。
20. 在应用人口统计标准细分市场时,通常最为关注下述因素:_____、_____、收入和教育程度与职业。
21. 现实竞争对手可以包括三类:_____竞争对手、_____竞争对手和替代性竞争对手。
22. 广告表现策略的制定包括的内容:(1)提炼“诉求点”;(2)决定诉求的_____原则;(3)决定诉求的_____原则;(4)决定制作表现的原则。
23. 频次习惯上指平均接触频次,指目标受众在指定时间段内接触媒介载体/广告的_____或_____。
24. 广告表现效果调查中,无论是测试广告的概念、文案还是代言人,都离不开两个重要的指标:_____和_____。
25. 根据广告预算计划期限的长短,广告预算分为_____广告预算和_____广告预算。

三、名词解释题:本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分。

26. SWOT 分析
27. 定位
28. 成本领先战略
29. 感性诉求策略

四、简答题:本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分。

30. 简述总体环境分析的六子集系统。
31. 简述市场细分的方法。
32. 简述竞争地位理论。
33. 简述媒介排期的形式。

五、论述题:本大题 10 分。

34. 论述广告创意思维的类型。