

2022 年 10 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. 追求广告与商品的关联性、原创性与震撼性,这种广告表现策略是

- A. R. O. I 原则法
- B. 固有刺激法
- C. 独特销售建议法
- D. 实施重心法

2. 为同行制定指标,是同行模仿或挑战的焦点,这一竞争对手的地位是

- A. 市场挑战者
- B. 市场领袖
- C. 市场追随者
- D. 市场利基获取者

3. “眼见为实”是_____的座右铭。

- A. 演示式广告
- B. 评论式广告
- C. 推理式广告
- D. 证言式广告

4. 下列属于非渴求商品的是

- A. 珠宝
- B. 墓地
- C. 家具
- D. 摄影器材

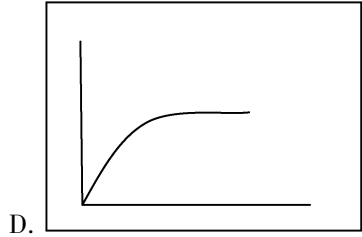
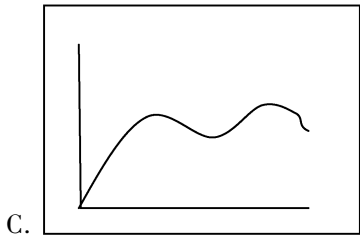
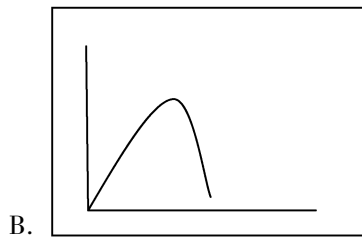
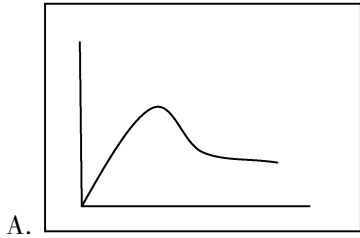
5. 广告活动的主体是

- A. 广告公司
- B. 广告客户
- C. 调研公司
- D. 媒体

6. 下列属于防守型行业的是

- A. 公用事业
- B. 高科技行业
- C. 家电行业
- D. 耐用品行业

7. 市场上的一种时尚产品的生命周期曲线图是



8. 对于油盐类这种价格低廉又经常购买的商品,消费者的购买行为模式是

- A. 习惯性购买行为
- B. 寻求多样化购买行为
- C. 复杂的购买行为
- D. 化解购后失调

9. 企业制定战略决策和广告运作策略的基础和前提是

- A. 环境分析
- B. 产品分析
- C. 行业分析
- D. 消费者分析

10. 下列属于有形产品的是

- A. 售后服务
- B. 品牌名称
- C. 产品功能
- D. 送货

11. 消费者预定制度、折扣制度等说明服务类产品具有_____的特征。

- A. 时间性
- B. 易变性
- C. 无形性
- D. 不可分性

12. 总体环境分析的六子集系统内容不包括

- A. 经济环境
- B. 人口环境
- C. 自然环境
- D. 消费者环境

13. 下列属于高卷入度“情感型”产品的是

- A. 糖果
- B. 啤酒
- C. 珠宝
- D. 家用清洁剂

14. 全年销售比较稳定且又有季节性需求的产品,如服装类,适合的媒介排期形式是

- A. 连续式模式
- B. 间隔式模式
- C. 起伏式模式
- D. 脉冲式模式

15. 在产品某些方面,企业与同行业相比具有独到之处,这种竞争战略是

- A. 成本领先战略
- B. 低价战略
- C. 差异化战略
- D. 集中战略

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. 产品导入期可采用的广告策略有开拓性广告策略、快速进攻策略、_____、快速渗透策略、_____。
17. 市场细分的方法有地理细分、人口统计细分、_____、_____等。
18. 广告表现策略的基本诉求类型有理性诉求、_____、_____。
19. 广告受众态度的变化通常要经历下列过程:知名和了解→回忆→喜爱→_____→_____。
20. 对媒体进行量的评估,可以在三个层面上展开:受众、_____、_____。
21. 消费者决策的四种模式为:深入型问题解决式、有限型问题解决式、_____、_____。
22. 应用_____法和_____法来发现环境要素对广告战略的重要影响。
23. 广告的程序化购买主要有四类交易模式:公开竞价、程序化保量、_____、_____。
24. 从消费者需求的角度识别竞争对手,现实竞争对手包括直接竞争对手、_____、_____。
25. 广告策划有四种常见的运作思路,即浪漫策划法、理念 HITS 法、_____、_____。

三、名词解释题:本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分。

26. 快消品
27. 定位
28. 广告效果
29. 商品概念

四、简答题:本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分。

30. 广告公司有哪几种收费制度?
31. 简述进行总体环境分析的思路。
32. 进行产品定位的目的是什么?
33. 培养品牌偏好可采用的广告表现策略有哪些?

五、论述题:本大题 10 分。

34. 产品差异化的重要价值在哪里?