

2023 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. 在西方,“策划”这个概念最早是由公共关系学者_____在其著作《策划同意》中提出的。
A. 斯坦利·波利坦
B. 大卫·奥格威
C. 罗斯·里夫斯
D. 爱德华·伯纳斯
2. 社会文化由若干_____组成,亦即人们因共同的生活经历或生活环境而持有的共同价值观。
A. 从属价值观
B. 亚文化
C. 地域文化
D. 流行文化
3. 在产品分析中,下列选项中属于有形产品层面的是
A. 包装
B. 安装
C. 送货
D. 服务
4. 消费者经常购买或随时购买、购买时几乎不做深度比较和分析的商品是
A. 特殊品
B. 选购品
C. 方便品
D. 奢侈品
5. _____是一个人身上表现出的经常的、稳定的、实质性的心理特征,其差别将导致购买行为的差别。
A. 自我意识
B. 个性
C. 生活方式
D. 偏好
6. _____是由彼此关系密切的成员构成的一种初级群体,是人们最主要、最核心参与的群体,是社会组织中的一个基本单位。
A. 个人
B. 家庭
C. 群体
D. 社会

7. 力士香皂一贯坚持“国际著名影星的香皂”的定位,属于按_____定位。
- A. 竞争者 B. 文化象征 C. 提供的服务 D. 使用者
8. 以下选项中_____不属于导致市场竞争形态差异的条件。
- A. 销售者数目 B. 品牌形象 C. 产品性质 D. 消费者数目
9. 下列产品中_____属于“情感型”高卷入度产品。
- A. 口香糖 B. 汽车 C. 汽油 D. 化妆品
10. 当产品进入_____时,营销组合就应该由建立基本需求层面转向制作“选择性需求”或特别品牌需求的层面。
- A. 导入期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 衰退期
11. 1954年,瑞夫斯为M&M巧克力所做的“只溶在口,不溶于手”的广告创意便是_____理论的典范之作。
- A. ROI B. 固有刺激法 C. USP D. 实施重心法
12. 在_____广告中,广告主要劝服潜在消费者,向他们说明为什么某个品牌会令人满意,使用本产品会有什么好处。
- A. 推理式 B. 评论式 C. 演示式 D. 证言式
13. 媒体的质化评估强调个别品牌及活动,因而媒体所能提供的价值会在评估项目上因为个性差异较高、主观性较强而出现不同的结论。下列选项中_____是媒体质化评估的项目。
- A. 接触关注度 B. 对象收视率 C. 单位收视成本 D. 千人成本
14. 双向互动传播是_____广告的特性。
- A. 报纸 B. 广播 C. 电视 D. 互联网
15. 广告的销售效果即广告的_____效果。
- A. 社会 B. 政治 C. 经济 D. 文化

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. _____是能实际引导行动、创造性思考及实践的过程;_____则是从现在到未来,根据时间表,思考如何逐次达成目标的行为。
17. 依照企业所处的行业来思考的环境是_____环境;从同行动向这个角度出发而进行分析的环境即_____环境。

18. 追求差异化的操作方法出自竞争的三种战略理论:成本领先战略、_____战略和_____战略。

19. 态度的构成要素兼具认知、_____和_____三种成分,且三者彼此关联。

20. 群体可以分为_____群体和_____群体。

21. 产品性质有两个特征:_____产品和_____产品。

22. 广告表现策略就是根据广告目标所设定的内容,在广告创意、诉求方面所设定的执行原则,它包括_____、_____和制作表现三部分内容。

23. 单位收视成本指针对不同的节目,每购买一个收视率所需花费的金额。其计算方法为_____除以_____。

24. 交通广告媒体费用_____且持续时间_____,适于发布长期提醒性广告。

25. 按照广告活动的主体,广告预算可以划分为:_____广告费、_____广告费、自营广告费、他营广告费、固定广告费和变动广告费。

三、名词解释题:本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分。

26. 广告策划

27. 产品生命周期

28. 行业

29. 千人成本

四、简答题:本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分。

30. 简述广告策划四种常见的运作思路?

31. 简述产品分析的三个层面?

32. 根据经济的周期性将行业划分的类型?

33. 简述感性诉求所传达的情感?

五、论述题:本大题 10 分。

34. 论述品牌认知效果测定的方法?