

# 广告策划试题

课程代码:00634

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 15 小题,每小题 2 分,共 30 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. 最早出现的大众传播媒介是  
A. 报纸                      B. 杂志                      C. 广播                      D. 电视
2. 人们提到智能手机,就会想到 iPhone;谈到飞机,就会想到波音公司。这些应用的广告策略是  
A. 定位法                      B. 固有刺激法                      C. 组合法                      D. 实施重心法
3. 下列属于冲动品的是  
A. 牙膏                      B. 口香糖                      C. 雨伞                      D. 洗衣粉
4. 消费者决策的四种模式中,购买房产的决策过程属于  
A. 深入型问题解决式                      B. 有限型问题解决式  
C. 习惯或变化愿望式                      D. 品牌忠诚式
5. 下列属于增长型行业的是  
A. 食品行业                      B. 手机行业  
C. 服装行业                      D. 公用事业
6. 广告活动的主体是  
A. 消费者                      B. 广告主                      C. 调研公司                      D. 广告公司



19. 竞争对手的地位可以划分为四大类:市场领袖、市场挑战者、\_\_\_\_、\_\_\_\_。
20. 有形产品至少包含有五个特征:式样、特点、品牌名称、\_\_\_\_、\_\_\_\_。
21. 目前监测网络广告效果的途径主要有两种:\_\_\_\_、\_\_\_\_。
22. 在应用人口统计标准细分市场时,通常最为关注的因素是年龄、\_\_\_\_、\_\_\_\_、教育程度与职业等。
23. 在对组织所处的环境要素进行梳理时,要尽量发现环境要素对广告战略的重要影响,其主要方法是\_\_\_\_法和\_\_\_\_法。
24. 广告效果的发生过程一般可以划分为四个阶段:\_\_\_\_、认知阶段、态度阶段和\_\_\_\_。
25. 广告公司的收费制度主要有绩效收费制、成本加成制、复合收费制、\_\_\_\_、\_\_\_\_。

### 三、名词解释题(本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分)

26. 卖点
27. 集中战略
28. 消费者
29. 市场细分法

### 四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

30. 广告策划要解决什么核心问题?
31. 分配广告预算的方法有哪些?
32. 简述产品差异化的重要价值。
33. 简述 DAGMAR 理论的实施步骤。

### 五、论述题(本大题 10 分)

34. 产品刚上市,销售量较低,急需开拓市场。请制定与产品导入期相适应的广告策略。