

上海外国语大学 2017 年硕士研究生入学考试

广告学 专业 广告学实务 试题

(考试时间 180 分钟，满分 150 分，共 4 页)

一、单项选择题 (每题 2 分，共 24 分)

1. 以下哪项不是品牌广告的特点 ()
A. 直接介绍产品
B. 促进该品牌下产品的销售
C. 能较好地铺设经营渠道
D. 以品牌作为传播的重点
2. 下列对 USP 理论的实质叙述错误的是 ()
A. 实效的广告必须针对消费者提出一个独特的销售主张
B. 实效的广告的销售主张可以是非广告方面的主张
C. 实效的广告并不只是针对消费者，还可以体现广告人和自我炫耀
D. 实效的广告的主张应具有广泛的消费者适应性
3. 什么是大众传播? ()
A. 大众传播不需媒介，直接进行沟通
B. 大众传播即人与人之间的传播，口耳相传
C. 大众传播是一种通过媒介 (诸如广播、杂志、电视或网络) 而非面对面的方式实施传播的传播活动
D. 大众传播是一种通过媒介 (诸如广播、杂志、电视或网络) 以面对面的方式实施传播的传播活动
4. “意见领袖”这一重要概念来源于 ()
A. 两级传播论
B. “3S”论
C. 把关人理论
D. 议题设置论
5. 公关调查的对象是 ()
A. 社会组织
B. 消费者
C. 公众
D. 受众

6. 视觉识别系统 VIS 中应用最广泛、出现频率最多的要素是()
A.标准字 B.标志 C.标准色 D.象征图案

7. 在现代广告市场中处于中心地位的是()
A. 广告主 B. 广告代理公司
C. 广告媒介 D. 广告受众

8. 公共关系指的是()
A.个人与个人之间的传播沟通 B.公众与个人之间的传播沟通
C.公众与传媒之间的传播沟通 D.组织与公众之间的传播沟通

9. 公共关系之父是()
A.巴纳姆 B.伯尼斯 C.艾维·李 D.格鲁尼格

10. 当组织“臭名远扬”时，组织的实体形象状态为()
A.高知名度 / 高美誉度 B.高美誉度 / 低知名度
C.低知名度 / 低美誉度 D.低美誉度 / 高知名度

11. 家庭对其成员的消费偏好有着持久的影响，因而形成了所谓的()
A. 情感交流 B. 替代效应
C. 双向交流 D. 代际效应

12. 广告学的两大理论基石是()
A. 市场营销学与传播学 B. 美学与艺术学
C. 经济学与社会学 D. 心理学与传播学

二、简答题（每题 8 分，共 48 分）

1. 什么是软性广告？软性广告最常用的表现形式有哪些？
2. 网络广告有哪些传播特点？
3. 简述手机电视的传播特点。

4. 简述虚拟社区的主要功能。
5. 什么是公共领域？简述公共领域的构成。
6. 品牌关系识别包括哪些要素？

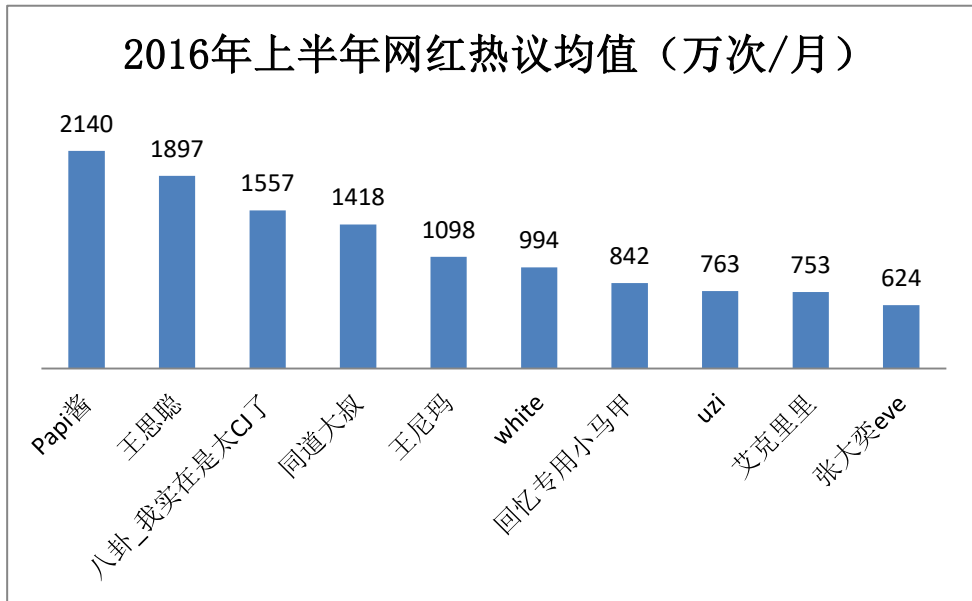
三、论述题（每题 25 分，共 50 分，第 1 题用英文作答，第 2 题用中文作答）：

1. 试论新媒体技术的进步对社会发展可能产生什么样的影响？请结合实例谈谈你的看法。
2. 从今年 9 月 1 日起，国家工商总局颁布的《互联网广告管理暂行办法》已正式实施，明确界定了互联网广告，要求互联网广告应当具有可识别性，显著位置标明“广告”。办法规定在网红、明星的微博、微信等自媒体发布商业广告，也要显著标明“广告”。值得注意的是，朋友圈、微博等社交媒体转发广告也要符合规定，否则就要承担相应责任。请你就这项规定谈谈自己的看法。你认为对互联网广告的管理关键有哪几点？

四、案例分析题（28 分，用中文作答）

如今，人们的生活已经与互联网息息相关。飞速发展的互联网赋予了某些人的特性，这种特性有时候与网民的喜好、审美、臆想、娱乐等心理相契合，受到网络世界的追捧。这群在现实或者网络生活中因为某个事件或者某个行为而被网民关注从而走红的人就被我们称之为“网络红人”。随着今年上半年 Papi 酱的爆红以及游戏、秀场等各大类型主播们的强势崛起，“网红”早已成为 2016 年上半年内整个互联网出镜率最高的词汇之一，而网红们的收入问题和火爆程度都变成了中国近 7 亿网民口中津津乐道的话

题。



2015年下半年至2016年上半年的这段时间被很多人称作网红发展的黄金时期。如今，每二十个普通网民中就有3个关注网红。很多年轻人认为网红是一件能“简单”实现名利双收的工作，对于成为网红已经到了趋之若鹜的地步，这样也造成了网红基数的上升。

请你分析网红产生的社会背景，并通过案例解读网红所具有的营销价值。

Y