

上海外国语大学 2017 年硕士研究生入学考试

广告学 专业 广告学理论 试题

(考试时间 180 分钟，满分 150 分，共 2 页)

一、名词解释（每题 5 分，共 30 分，1、2、3 题用英文作答，4、5、6 题用中文作答）

1. Survey research
2. Content analysis
3. Digital divide
4. 程序化购买
5. 事件营销
6. 虚拟现实技术

二、简答题（每题 8 分，共 48 分，1、2 题用英文作答，3-6 题用中文作答）

1. What are digital media? Give some examples of digital media you are familiar with.
2. What is consumer behavior in your understanding?
3. 舒尔茨 IMC 提出的五大关键内容？
4. 简述公共关系学中“公众”的概念，并说明公众的基本特性。
5. 什么是社会化媒体？简述社会化媒体的网络平台特征。
6. 20 世纪 60 年代，被称为美国广告史上的“创意革命时代”，请列出这一时期的三位杰出代表人物和他们分别创造的三大广告创意理论。

三、论述题（每题 24 分，共 72 分，第 1 题英文作答，第 2、3 题中文作答）

1. What is comparative advertising? Please explain it with supporting examples.
2. 试论广告受众与消费者的关系。
3. 什么是整合营销传播？为什么说整合营销传播是营销传播的必然趋势？

上海外国语大学版权所有，严禁用于商业