

浙江省 2015 年 10 月高等教育自学考试
广告法规与管理试题
课程代码:00635

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 10 小题,每小题 2 分,共 20 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. 参照国际广告业通行的收费标准,我国试行的广告代理制收费标准为
 - A. 10%
 - B. 15%
 - C. 17.65%
 - D. 20%
- 2. 在国外,星巴克是普通消费,到了中国,20 多元一杯咖啡只能由拎着笔记本电脑,西装革履的高级白领来消费,这是根据
 - A. 以产品使用(用途、方式等)来定位
 - B. 使用者定位
 - C. 产品类别定位
 - D. 文化象征定位
- 3. 消费者对商品的关心程度高的感性商品的传播目标是
 - A. 商品特性的了解及记忆
 - B. 品牌认知及接触商品时能回想商品特性而试购
 - C. 品牌印象及品牌偏好的建立
 - D. 短期的感性刺激及购买欲望的提高
- 4. 广告的最终目标是
 - A. 促进产品销售
 - B. 提升美誉度
 - C. 提高知名度
 - D. 建立品牌形象

5. 假设电视广告排期可到达 60% 的目标受众, 40% 无法达到, 利用报纸可达到 50% 的目标受众, 还有 50% 的人无法靠报纸到达。利用随机技术得知, 两种媒体都没有到达的人占
- A. 50% B. 40% C. 30% D. 20%
6. “没有好创意的广告, 犹如在黑夜行驶过的船只那样不被人注意。”这个观点被写进哪家广告公司的企业文化?
- A. 麦肯 B. 电通 C. 奥美 D. 李奥·贝纳
7. 一般来说, 广告主与广告经营者签订了广告代理合同后, 要向广告经营者支付多少比例的启动费用用于先期的市场调查、策划、创意、制作等工作?
- A. 15% B. 20% C. 30% D. 50%
8. 以下哪个法律规定公民的姓名权、肖像权、名誉权、荣誉权受到侵害的, 有权要求停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉, 并可要求赔偿损失?
- A. 《经济合同法》 B. 《民法通则》
C. 《产品质量法》 D. 《刑法》
9. 1984 年 12 月 26 日, 国务院批准成立中国消费者协会, 这是属于什么性质的全国性消费者组织?
- A. 政府机关 B. 事业单位 C. 社会团体 D. 行业协会
10. 美国广告管理体系开始得较早, 在 1911 年, 美国颁发了
- A. 《广告伦理纲领》 B. 《美国工商界广告信条》
C. 《印刷物广告法案》 D. 《美国电视广告规范》

二、多项选择题(本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两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、少涂或未涂均无分。

11. 广告公司为企业提供的服务包括
- A. 为企业提供市场调查服务
B. 为企业提供整体广告战略和具体广告计划
C. 代企业实施广告计划
D. 帮助企业举办各种促销活动
E. 帮助企业开展公关活动
12. 选择销售渠道应综合衡量哪几个方面?
- A. 市场的特点 B. 商品的特点 C. 媒体的特点
D. 广告计划 E. 企业自身条件
13. 促销是行销的利器, 促销费用在行销经费中的占比持续增加, 原因是
- A. 促销可在短期内见效, 不像广告要长时间的积累
B. 促销活动能让消费者直观地了解产品的不同之处
C. 大众传播媒介费用上涨, 促销费用较低廉
D. 促销活动更具针对性, 能有力提升品牌价值
E. 促销较为灵活, 可随时进行, 能有效地抵制竞争者的攻势

14. 目前常见的网络超旗帜广告包括哪几种?
- A. 跳出式视窗 B. 链接发布者 C. 空隙式广告
- D. 商业服务链接 E. 动画系列广告
15. 制订媒体计划后,媒体工作人员还要完成哪些工作?
- A. 媒体调研 B. 媒体创意 C. 媒体说明会
- D. 媒体购买 E. 媒体监视(听)
16. 彼得·圣吉认为,可以通过哪几项修炼来成为理想的学习型组织?
- A. 系统思考 B. 自我超越 C. 团队学习
- D. 改善心境模式 E. 共同愿景
17. 广告业务档案主要内容包括以下哪几项?
- A. 承办的广告样张图片、照片
- B. 收取查验的广告证明和查验记录
- C. 广告合同
- D. 广告发布后的信息反馈情况
- E. 广告业务往来的信件、电报、电话记录
18. 广告违法行为的民事责任的构成必须具备哪几个要件?
- A. 必须有违法行为
- B. 必须有损害事实
- C. 广告违法行为人必须有过错
- D. 广告违法行为人必须有赔偿能力
- E. 广告违法行为与损害事实之间必须有因果关系
19. 根据《中华人民共和国消费者权益保护法》,消费者享有以下哪些权利?
- A. 结社权 B. 求偿权 C. 知情权
- D. 安全权 E. 受尊重权
20. 日本特定商交易法于 2003 年加入了针对商务电子邮件的内容规定
- A. 广告不允许任何形式的歧视
- B. 商务电子邮件发送者必须留有自己的姓名、联系方式、邮件地址
- C. 必须明示收信人可以拒绝再次接收的方式
- D. 在主题中应标明“未征得您的同意的广告”的字样
- E. 必须说明产品的安全性

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。

三、填空题(本大题共 10 小题,每空 1 分,共 20 分)

21. 广告代理业的发展经历过几个主要阶段:一是版面_____时期,二是版面_____时期,三是小型广告代理公司时期,四是全面服务型广告代理公司时期。
22. 市场细分标准有三个:人口因素、_____因素和_____因素。
23. 名单、优惠及_____是直效广告的三个要素,其中以_____最重要。
24. 传播媒体电子化变革了信息传播方式,信息传播由传统大众传播媒介的_____传播转变为_____传播。
25. 最早的有关消费者认知心理过程的模式是 AIDA,即注意、_____,购买欲望、_____的首字母缩写。
26. 品质认知指消费者对品牌是属于优质或劣质的印象。_____是品质认知度的基础,但品质认知度不等于_____。
27. ICC 国际广告行为准则中的基本原则要求所有广告均应做到_____,得体、_____,真实。
28. 新加坡广告管理的直接管理体现在立法、审批、_____,_____四个方面。
29. 广告主或广告经营者在广告中使用无民事行为能力人、限制民事行为能力人的名义、形象的,应当事先取得其_____的_____同意。
30. 任何单位和个人不得_____,变造或者_____广告审查决定文件。

四、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

31. 面谈调查法
32. 广告目标
33. 消费者评判法
34. 毁约行为
35. 安全权

五、简答题(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)

36. 什么是广告管理,包括哪几项内容?
37. 新时期我国广告业的发展可以分为哪几个阶段?

38. 广告效果事前测定的主要方法有哪几种?

39. 杰出的领导者具有哪些共性?

六、论述题(本大题 10 分)

40. 论述广告监督管理机关及其职能。