

试卷代号:1245

座位号

中央广播电视大学 2007—2008 学年度第一学期“开放本科”期末考试

### 广告专业 中外广告史 试题

2008 年 1 月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

一、单项选择题(每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的四个选项中只有一个选项是符合题目要求的,请将正确选项前的字母填在题后的括号内。)

1. 诗人屈原在《楚辞·天问》中提到的:“师望在肆,……鼓刀扬声。”这是一种什么广告形式?( )  
A. 标记广告  
B. 口头广告  
C. 实物广告  
D. 音响广告
2. 商业对联广告的主要流行期是( )。  
A. 秦汉时期  
B. 隋唐时期  
C. 宋元时期  
D. 明清时期
3. 我国的悬帜广告出现在( )时期,这是坐贾出现以后所采用的一种广告形式。  
A. 春秋  
B. 战国  
C. 隋朝  
D. 唐宋
4. 申报出现的第一张有图片的广告稿是( )。  
A. 洗衣粉广告  
B. 缝纫机广告  
C. 马戏班开演广告  
D. 行情物价广告
5. 鸦片战争以后,首开中文刊登广告之先河的,是 1853 年由英国传教士在( )创办的《遐迩贯珍》。  
A. 广州  
B. 北京  
C. 香港  
D. 上海

6. 1979年3月15日,上海电视台播出了文革后上海广告公司代理的第一条外商电视广告,这条广告是( )。

- A. 凤凰牌自行车广告
- B. 瑞士雷达表广告
- C. 荷花牌洗衣机广告
- D. 参桂补酒广告

7. 从国际惯例上来看,广告公司收取代理费的标准是( )。

- A. 8%
- B. 10%
- C. 15%
- D. 20%

8. 我国第一部全国性、综合性的广告管理法规是( )。

- A. 《广告法》
- B. 《广告管理条例》
- C. 《广告管理暂行条例》
- D. 《广告管理条例实施细则》

9. 台湾广告媒介在20世纪60年代以前很长时间都以报纸为主,将台湾广告经营带入了电视时代的标志是( )。

- A. 1962年“台视”开播
- B. 1969年中国电视台开播
- C. 1971年中华电视台的开播
- D. 1965年“田边俱乐部”节目的开播

10. 台湾地区第一家电视公司“台湾地区电视公司”诞生于( )年。

- A. 1958
- B. 1962
- C. 1963
- D. 1965

11. 香港地区的广告公司如果从所属关系或实力上区分,大体有四种类型,其中电通广告公司属于( )。

- A. 跨国公司在香港设立的分公司或联营公司
- B. 华资广告公司
- C. 大陆在香港地区开办的广告公司
- D. 小型广告代理商

12. 亚洲首家网络广告协会出现在( )。

- A. 北京
- B. 东京
- C. 香港
- D. 广州

13. 在印刷术应用的初期,世界广告兴起的中心是在( )。

- A. 英国
- B. 美国
- C. 中国
- D. 德国

14. 现存世界上最早的文字广告内容是( )。

- A. 宣传商品文字
- B. 悬赏缉拿逃奴
- C. 颂扬国王功德
- D. 补鞋匠广告



3. 在国民经济恢复时期,我国广告工作的发展集中在( )。
- A. 颁布新的广告管理法规  
B. 加强对广告行业的领导  
C. 重视发挥广播广告的作用  
D. 发展实用性的广告传播形式
4. 广告市场中最基本的组成要素包括( )。
- A. 广告主  
B. 广告公司  
C. 媒介  
D. 广告管理部门
5. 20世纪80年代,国际性广告公司主要以哪些方式进入台湾市场?( )
- A. 合资  
B. 独资  
C. 技术合作  
D. 并购
6. 香港地区广告管理主要通过( )来具体实施。
- A. 广告行业组织  
B. 社会舆论  
C. “政府”部门的行政管理  
D. 广告协会
7. 1869年,美国“艾尔父子广告有限公司”在费城成立,该广告公司在创办之初主要承担的工作有( )。
- A. 帮助客户购买广告版面  
B. 帮助客户设计广告版面  
C. 制定广告策略与计划  
D. 测定广告效果
8. 英国“独立广播局”在进行电视和广播中的广告审查中,一般有多次审查,包括( )。
- A. 广告内容审查  
B. 广告主资质审查  
C. 制作过程中的审查  
D. 制作完成以后审查
9. 在美国,当电视广告崛起以后,报纸与电视之间展开了一场广告争夺战,以最大限度地吸引广告客户采用报纸刊登广告。报业系统主要采取了哪些竞争措施?( )
- A. 降低报纸广告的费用  
B. 统一报纸广告版面的设计尺寸,方便代理商  
C. 开拓“电视报社”抗衡电视媒体  
D. 统一报纸广告发票,方便代理商
10. 20世纪三四十年代的前苏联报刊广告的特点是( )。
- A. “科学广告”大量涌现  
B. 商业广告发展迅速  
C. 大型报纸基本不刊登广告  
D. 广告市场较为繁荣

得 分	评卷人

三、名词解释(共 3 道题,每小题 4 分,共 12 分)

1. 全面服务型的广告公司
2. “新闻信”
3. 置入式营销

得 分	评卷人

四、简答题(共 3 道题,每题 10 分,共 30 分)

1. 辛亥革命前后报刊广告的特点是什么?
2. 社会主义改造时期广告业的恢复和发展表现在哪些方面?
3. 有人说“美国电影是一个隐蔽媒体”,你如何理解这句话?

得 分	评卷人

五、论述题(本题 18 分)

试论述 20 世纪 80 年代,国际化冲击对台湾地区广告业的影响。

试卷代号:1245

中央广播电视大学 2007—2008 学年度第一学期“开放本科”期末考试

## 广告专业 中外广告史 试题答案及评分标准

(供参考)

2008 年 1 月

一、单项选择题(每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的四个选项中只有一个选项是符合题目要求的,请将正确选项前的字母填在题后的括号内。)

- |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. B  | 2. D  | 3. B  | 4. B  | 5. C  |
| 6. B  | 7. C  | 8. C  | 9. A  | 10. B |
| 11. A | 12. C | 13. A | 14. B | 15. A |
| 16. C | 17. B | 18. C | 19. B | 20. A |

二、多项选择题(每小题 2 分,共 20 分。以下各题均有一个以上正确答案,请将恰当的答案前的字母填入括号中,多选、漏选或错选均不得分)

- |        |         |         |         |        |
|--------|---------|---------|---------|--------|
| 1. ABC | 2. BC   | 3. ABCD | 4. ABC  | 5. ABC |
| 6. AC  | 7. ABCD | 8. AD   | 9. ABCD | 10. AC |

三、名词解释(共 3 道题,每小题 4 分,共 12 分)

1. 全面服务型的广告公司指有经营、代理国内外各类广告业务的经营权,能为客户提供广告活动全过程、全方位服务的广告公司。

2. “新闻信”出现于十三四世纪左右的欧洲,是印刷广告之外最早的报纸雏形,其内容主要是报道市场行情和商品信息。

3. 置入性营销在国内也称“隐性广告”、“植入式营销”,肇始于 20 世纪 40 年代末,是指将产品或品牌及其代表性的视觉符号甚至服务内容策略性的融入电影、电视剧或电视节目内容种,通过场景的再现,让观众留下对产品品牌的印象,继而达到营销目的。

四、简答题(共 3 道题,每题 10 分,共 30 分)

1. 辛亥革命前后报刊广告的特点表现为两方面:

(1)广告内容有了扩大,百货、电影、医药、银行、书籍及个人通告充满报刊各版。(5 分)

(2)广告的版面安排、编辑水平有所提高,不仅有文字说明,还有彩色画面进行图解。

(5分)

2. 社会主义改造时期广告业的恢复和发展表现在以下三个方面:

(1)组建国营广告公司。在对资本主义工商业进行社会主义改造中,国家对广告行业也全部实行了公私合营,把分散的各自经营的私营广告公司改造成为国营的广告公司。(3分)

(2)进一步加强对广告的管理。为了加强广告管理,许多地方政府对原有的广告管理法规做了补充和修改,有的发布了新的广告管理法规,或者改进了管理办法等。(3分)

(3)中央领导关心广告工作。1956年5月,刘少奇同志视察中央广播事业局时,对当时轻视广告的思想提出了批评,肯定了广告对社会主义经济建设的积极作用。少奇同志的讲话,说明了国家对广告事业的关心,有力推动了下一阶段广告事业的发展。(4分)

3. (1)这句话表现了电影与商品推销结的不解之缘。采用电影手法制作的广告有着电视所无法赶超的优势,电影屏幕大,图像清晰,音响逼真,气氛热烈,从而广告效果更为动人。所以电影本身是一个很好的广告媒体。(2.5分)

(2)电影广告便于广告主瞄准目标市场,推销一些类似新型汽车、新型饮料及其他一些时髦商品。为了提高广告效果,电影广告制作更为精妙,一般采用60秒的微型故事,所要推销的商品直到最后一刻才出现。(2.5分)

(3)电影广告还能与销售促进(SP)很好地结合起来,当观众进入影院的时候,广告主不失时机地发放给观众一些各种各样的实物用品,使之成为一个绝佳地开展销售促进的机会。

(2.5分)

(4)电影之所以被称为“隐蔽媒体”,因为观众在看电影的过程中已不知不觉的接受了广告信息。(2.5分)

## 五、论述题(本题18分)

要点提示:

20世纪80年代,台湾地区广告业在国际化的冲击下,承受着正面和负面的影响:

正面影响包括:重视人才培养;广告新观念的导入;广告表现形态多样化;电脑科技的应用;严谨的成本观念和计费标准等。(8分)

负面影响有:经营成本急剧上升;人员跳槽现象严重等。(8分)

但从总体上说,由于竞争加剧,提高了台湾地区本土广告公司的服务水平。(2分)