

试卷代号:1236

座位号

中央广播电视大学 2009—2010 学年度第二学期“开放本科”期末考试

网络广告实务 试题

2010 年 7 月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、填空题(每小题 1 分,共 10 分)

1. 互联网本着开放、自由、平等的原则,将各种各样的互联网和计算机,在统一的通信_____下连接起来。
2. 信息的流动,实际上就是信息在互联网中的不断_____过程。
3. 一种最简单的直接式动机发布方式,就是网民调查。特别是“投票式”的网民调查。这种调查通常是由网站预设若干答案,由网民进行选择。通常这样的调查是_____。
4. 网络经济是一切与现代通讯网络相关联的经济活动的_____。
5. 1999 年 6 月“中国 ICP 联合发展高层会议第三次会议”在北京的召开,标志着网络广告作为商品被正式纳入_____和法制化轨道。
6. 由于互动行为的自主性和即时点击特性,网民接触广告时的心理状态对互动效应的产生影响较大,_____率也成为网络广告创意人员的主要目标。

7. 另一种是一幅广告内各个要素的运动,包括闪动和移动两种形式。在创作中,可以安排广告中的景、物、_____、文字有规律的运动,以创造足够的注意和联想效果,促发互动欲望。

8. 增加流量是网络媒体首要的_____目标。流量的增加意味着浏览率的提高,在此基础上才能出现高点击率的可能性。

9. 综合型网络广告代理公司负责企业整体的网络广告投放计划,主要包括:网络广告_____,网络广告决策的制定、网络广告具体实施、网络广告效果测评四个阶段。

10. 公共关系是一种重要的促销工具,它通过与企业利益相关者包括供应商、顾客、雇员、股东、社会团体等建立良好的合作关系,为企业的经营管理营造良好的环境。网络公共关系与传统公共关系功能类似,只不过是借助互联网作为_____和沟通渠道。

得 分	评卷人

二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. 电子商务网站
2. 插页式广告
3. 搜索关键词广告
4. 流媒体技术

得 分	评卷人

三、问答题(本题 10 分)

网络广告由哪些要素构成?

得 分	评卷人

四、论述题(本题 20 分)

谈谈网络广告促销特点。

得分	评卷人

五、应用题(本题 40 分)

研读下面的网络广告案例,并作出分析:

百事可乐网络广告案例



产品背景

百事可乐作为目前世界饮料市场的巨头,多年来以势不可当的速度发展着。其在不同领域的品牌营销概念常常成为广告营销课本中的经典案例。对快速消费品行业来说,其发展规模已经形成一个固定营销模式,并传播和影响越来越多发展中的全球企业。

媒体选择

网易自 1997 年 6 月创立以来,凭借先进的技术和优质的服务,网易深受广大网民的欢迎,曾两次被中国互联网络信息中心(CNNIC)评选为中国十佳网站之首。截至 2006 年 9 月 30 日,网易日平均页面浏览量更超过了 66 亿人次。2006 年网易首页以遵从用户体验为目标的全新改版,号称网络内容建设的一场变革,使得网易内容整体优势继续提升。目前网易的内容都采取了两栏结构,页面简洁、流畅、素雅,从而巩固了网易内容模式的门户地位。这样优势的网站正利于百事这样大品牌的投放。

创意构思

强调势不可当的力量!

从网络广告的创意技巧和表现方式角度写出分析文字,要求 300~500 字。

试卷代号:1236

中央广播电视大学 2009—2010 学年度第二学期“开放本科”期末考试

网络广告实务 试题答案及评分标准

(供参考)

2010 年 7 月

一、填空题(每小题 1 分,共 10 分)

1. 规范
2. 复制
3. 单选式
4. 总和
5. 规范化
6. 点击
7. 人
8. 经营
9. 市场调研
10. 媒体

二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. 电子商务网站,主要依靠网络来完成商业活动的各个环节,而且他们的业务范围决定了他们必须依靠网络作为商业活动的平台。常见的电子商务网站有网上广告公司、营销公司、咨询公司、网上书店等建立在网络上的企业。

2. 插页式广告,又称为“弹跳广告”,当网民点击某一网站或栏目,在该网站或栏目出现之前或出现的同时,会自动跳出一个幅面略小(正常页面的 1/4 左右或更小)的窗口广告。

3. 搜索关键词广告,又称为搜索单词广告,简称为关键词广告,在英文中称为“伴随关键词检索显示的旗帜广告”。在关键词搜索结果的网站中,广告主可以根据购买相应的排名,以便提高自己网站的点击率。

4. 流媒体技术,是指采用流式传输的方式在 internet/intranet 播放的媒体格式,如音频、视频或多媒体文件。在播放前并不下载整个文件,只将开始部分内容存入内存,在计算机中对数据包进行缓存并使媒体数据正确地输出。

三、问答题(本题 10 分)

网络广告的构成要素可以细分如下:

1. 视觉方面

(1)文案。标题,包括正、副标题;正文,可以是对产品的说明,也可以是对受众的鼓励;品牌形象口号,表现商品性质及企业风格的较为稳定的广告语句;随文,包括广告主名称、地址、电话及产品价格等。(3分)

(2)画面。图形,包括图片、照片、动画及图表;品牌视觉标识:商标(图案或文字造型的注册商标)、商品标识(商品名称、标准字体、图形等);按钮,可以是专门设计的图形、色块、文字;轮廓,即外框或框边。(3分)

2. 听觉方面。背景音乐,音响特效。(2分)

3. 网络方面。链接,通过点击可以链接到另一个页面上去,实现空间的转换。时序,画面可以按照预定的顺序出现。(2分)

四、论述题(20分)

谈谈网络广告促销的特点

网络广告促销有三个明显的特点:

(1)通过网络传递有关信息。从事网络促销的营销者不仅要熟悉传统营销知识和技巧,而且需要相应的计算机网络技术知识。

(2)网络促销活动是在互联网虚拟市场上进行的,由于互联网聚集了广泛的人口,融合了多种文化成分,所以,从事网上促销的人员要分清虚拟市场和实体市场的区别,跳出实体市场的局限性。

(3)互联网虚拟市场的出现,将所有的企业推向了一个世界统一的市场,传统的区域性市场的局限正在被一步步打破,全球性的竞争迫使每个企业都必须学会在全球统一的大市场上做生意,否则,这个企业就会被淘汰。

评判提示：

以上为参考的基本概念和基本观点，教师可据此对考生的论述加以评判；如果考生能够根据自己的理解或其他理论，做到论之有据，言之有物，结构完整，层次分明，逻辑清楚，语言通顺，字数达到 500 字以上，可给满分（本题 20 分）。

五、应用题（本题 40 分）

从网络广告的创意技巧和表现方式角度写出分析文字，要求 300~500 字。

该广告主要的诉求是百事公司的品牌营销理念。用迅猛不可抵挡的重叠凸显的表达形式将百事代言人蔡依林手托着百事的吉祥物的形象推到网民面前。百事产品一直以来以现代时尚年轻人为主要消费群体，以青春、朝气、时尚、个性的产品特点为切入宣传点。

百事可乐以势不可当的力量“突破”平静的页面，百事可乐的代言人蔡依林手托着百事的吉祥物出现在可乐旁，一串广告语和活动信息从瓶中“流”出：祝您百事可乐！

突破传统表现形式的局限，使广告刚进入用户视线中就展现超强爆发力，用变形的重叠展示的页面表现百事此次活动锐不可当的火热程度，从而提高用户的参与兴趣。如此一来，无论是张扬的表达方式还是极富视觉冲击力的广告内容都使浏览者紧握鼠标的手松弛下来，百事的品牌在这个过程中被人们记住，广告效果印象深刻。

评判提示：

以上为供参考的分析文字，教师可据此对考生的分析文字加以评判；如考生能运用其他相关的理论和方法加以分析，且思路清晰，无逻辑冲突，文字通顺，也可给满分。