

试卷代号:1245

座位号

中央广播电视大学 2010—2011 学年度第一学期“开放本科”期末考试

中外广告史 试题

2011 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. 成书于战国时代的《易·系辞下》中记载:“神农氏作,列廛于国。”可见,早在奴隶社会以前,中国就已出现了()。

- A. 市场经济
- B. 口头广告
- C. 集市贸易
- D. 实物广告

2. 从春秋战国出土的文物中,发现有不少民间手工业者制造的陶器、漆器以及绢绣等产品上面,都刻印有“某记”造的字样,这反映了我国早期的哪一种广告形式?()

- A. 实物广告
- B. 印刷广告
- C. 标记广告
- D. 商品命名广告

3. ()的木版年画颇为流行,大江南北都有大大小小的年画铺。年画多以民间故事人物、戏曲人物为题材,还有福、禄、寿、喜等字画。

- A. 唐代
- B. 元代
- C. 明代
- D. 清代

4. 近代广告发展的显著标志是()。

- A. 印刷广告的出现
- B. 音响广告的出现
- C. 报刊广告的出现
- D. 电视广告的出现

5. 《申报》自创刊始,很重视广告经营,当时在《申报》上刊登广告叫()。

- A. 载报帖
- B. 买告白
- C. 发告白
- D. 刊饭资

6. 我国最早出版的广告学研究专著,是由甘永龙编译的(),该书 1918 年 6 月由商务印书馆初版,至 1925 年 11 月已出至第 7 版。

- A. 《广告须知》
- B. 《稿本为广告之魂魄》
- C. 《广告学概论》
- D. 《广告学》

7. 新中国成立初期全国各地相继发布广告管理法规,对广告内容提出必须“以()为主”。

- A. 纯正
- B. 真实
- C. 艺术
- D. 创新

8. 文革后第一条商业广告是于 1979 年 1 月 4 日刊登在《天津日报》上的()广告。

- A. 牙膏
- B. 洗发水
- C. 酒
- D. 雷达表

9. 《国际广告》杂志属于以下哪个组织的会刊?()

- A. 中国广告学会
- B. 中国对外贸易广告协会
- C. 中国广告公会
- D. 中国广告协会

10. 广告代理制最大的特点是()。

- A. 由媒介直接承揽广告业务
- B. 委托广告公司承揽广告业务
- C. 把媒介的承揽与发布分开
- D. 强调广告业内部合理分工

11. 20 世纪 50 年代,台湾地区的广告主要以()为主。

- A. 广播广告
- B. 电视广告
- C. 报纸广告
- D. 橱窗广告

12. 香港地区的广告行业组织“CCAA 广告协会”指的是()。

- A. 香港广告商会
- B. 香港广告联合会
- C. 广告商会
- D. 香港华资广告业商会

13. 香港地区最重要的广告专业管理法规是香港政府影视及娱乐事务管理处制定的

()。

- A. 《商品说明条例》
- B. 《广告标准》
- C. 《电视广告标准》
- D. 《商标条例》

14. 现存世界上最早的文字广告的内容是()。

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

15. 1911年著名的《普令泰因克广告法草案》被认为是()最早的广告法案。

- A. 英国
- B. 美国
- C. 法国
- D. 德国

16. 1729年,被称为美国广告业之父的()创办了《宾夕法尼亚日报》。

- A. 帕尔默
- B. 路威尔
- C. 富兰克林
- D. 艾尔

17. 日本最大的广播、电视机构是()。

- A. 日本电视网广播公司
- B. 日本放送协会
- C. 完善电视台
- D. 日本广播协会

18. 广告片凯撒奖的举办国是()。

- A. 日本
- B. 英国
- C. 法国
- D. 美国

19. 世界各国广告管理体系多由()两大方面构成。

- A. 政府机构管理和消费者监督
- B. 政府机构管理和行业自律
- C. 行业自律与消费者监督
- D. 行业自律与媒体监督

20. 国际上比较流行的广告代理制度有商品细分广告代理制度与媒介细分广告代理制度,其中媒介细分广告代理制度以()为代表。

- A. 美国
- B. 法国
- C. 英国
- D. 日本

得 分	评卷人

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)

- 西周时期,坐贾常用的广告形式有()。
 - 音响广告
 - 口头广告
 - 招牌
 - 幌子
- 五四运动到 20 世纪 30 年代,广告事业发展的主要标志是()。
 - 媒介的多样化
 - 广告公司的兴起
 - 广告研究开始引起重视
 - 广告教学开始引起重视
- 国民经济恢复时期,政府加强对广告行业的领导主要采取的措施有()。
 - 对私营广告业进行了初步整顿
 - 对广告主进行了初步整顿
 - 对广告媒介进行了整顿
 - 利用广告同业工会加强了行业管理
- “文化大革命”结束后,为广告正名的工作主要围绕()进行。
 - 广告存在是否合理
 - 广告存在是否合法
 - 社会主义广告与资本主义广告的区别
 - 商品经济条件下广告存在的必要性
- 按照广告公司的服务功能及经营范围划可将广告公司分为()。
 - 影视制作公司
 - 平面设计公司
 - 全面服务型的广告公司
 - 部分服务型广告公司
- 20 世纪 70 年代,我国台湾地区广告业与国外广告界的交流方式主要是()。
 - 资金合作
 - 人才引进
 - 技术交流
 - 业务合作
- 香港的跨国广告公司或联营公司,为避免在竞争中利益冲突,通常会达成一些民间性的条款,如()。
 - 为避免竞争,公司只能从事单一的广告业务
 - 佣金不能低于 15%
 - 对其他公司的市场活动进行配合
 - 一家公司不能做同一种类的多样商品广告

8. 以下说法中,正确的是()。
- A. 在印刷术应用的初期,世界广告兴起的中心在德国
 B. 在印刷术应用的初期,世界广告兴起的中心在英国
 C. 广告代理商是 17 世纪在英国首先出现的
 D. 广告代理商是 17 世纪在美国首先出现的
9. 以下各项中,属于美国政府管理广告的重点的选项是()。
- A. 欺骗性价格广告
 B. 不实或虚假质量声称
 C. 引诱性广告
 D. 欺骗性表演
10. 英国的广告管理由哪几部分组成? ()
- A. 政府管理
 B. 行业自律
 C. 消费者监督
 D. 行业协会管理

得 分	评卷人

三、名词解释(每小题 4 分,共 12 分)

1. 音响广告
2. 全面性服务广告公司
3. 事件营销

得 分	评卷人

四、简答题(每题 10 分,共 30 分)

1. 简述鸦片战争前后广告的特点。
2. 20 世纪 80 年代,国际化冲击对台湾的广告业产生了哪些正面影响?
3. 外国广告业的发展可以分为哪几个时期? 各时期广告发展水平有什么特点?

得 分	评卷人

五、论述题(本题 18 分)

在国际化背景下,应该如何建立我国本土广告公司的竞争优势?

试卷代号:1245

中央广播电视大学 2010—2011 学年度第一学期“开放本科”期末考试

中外广告史 试题答案及评分标准

(供参考)

2011 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. C | 2. C | 3. D | 4. C | 5. B |
| 6. A | 7. A | 8. A | 9. B | 10. D |
| 11. C | 12. D | 13. C | 14. A | 15. B |
| 16. C | 17. D | 18. C | 19. B | 20. D |

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. CD | 2. ABCD | 3. ACD | 4. BCD | 5. CD |
| 6. CD | 7. BD | 8. BC | 9. ABCD | 10. AB |

三、名词解释(每小题 4 分,共 12 分)

1. 音响广告是在叫卖广告的基础上发展而成的,主要借助于一些传统的器具,或吹或打,或敲或击,发出声响,以引人注意而达到交易目的的一种广告。

2. 全面性服务广告公司指的是从服务内容上说,为客户所提供的服务不仅限于撰稿、绘画、制作、发稿等简单方面,而是集合了市场、广告、公关、调研、助销等多项整合传播功能的这一类广告公司。

3. 事件营销,也叫活动营销,是指企业通过策划、组织和利用具有新闻价值、社会影响以及名人效应的人物或事件,吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注,以求提高企业或产品的知名度、美誉度,树立良好品牌形象,并最终促成产品或服务的销售的手段和方式。

四、简答题(每题 10 分,共 30 分)

1. 鸦片战争前后广告的特点主要表现为以下几方面:

(1)鸦片战争前后,西方商品输入我国主要以日用品为主,广告形式多采用路牌广告和招贴广告。(2分)

(2)以报纸杂志为代表的近代广告开始由外商引入。(2分)

(3)由于中国社会的性质发生了变化,广告活动也因此受其影响。主要表现是洋货广告反客为主,占据主要地位,形成各帝国主义进行广告竞争的局面。(2分)

(4)由于沿海与内地在经济发展程度上的差距,广告水平的地区差异越来越大。(2分)

(5)在新的报刊广告媒介出现的情况下,传统广告媒介仍然有其生存的根基,形成先进广告媒介与传统广告媒介并存的局面。(2分)

2. 20 世纪 80 年代,国际化冲击所带来的正面影响有:

(1)重视人才培养。(2分)

(2)广告新观念的导入。(2分)

(3)广告表现形态多样化。(2分)

(4)电脑科技的采用。(2分)

(5)严谨的成本观念和计费标准。(2分)

3. 依据各个历史时期的广告技术发展水平,可以把外国广告业的发展大致分为 4 个时期:

(1)原始广告时期:从广告的产生到公元 1450 年德国人古登堡发明金属活字印刷前。这一时期以口头叫卖为主要传播媒介,逐渐向文字商标演变。(2.5分)

(2)1450—1850 年,为世界广告的孕育期。金属活字印刷术发明后,为印刷广告的发展提供了条件,开创了广告的新纪元。但由于这一时期报纸杂志还未大量发行,所以印刷广告的范围极为有限。(2.5分)

(3)从 1850 年—1920 年,是世界近代广告向现代广告的过渡期。由于新技术的广泛应用,广告形式已呈多样化的趋势,世界广告中心已从英国移至美国。(2.5分)

(4)1920 年以后,世界广告业进入了划时代的发展阶段。广告媒体层出不穷,广告由近代进入了现代发展时期。(2.5分)

五、论述题(本题 18 分)

参考要点:

1. 建立多元化经营和区域化扩张。从我国当前的情况来看,我国的广告公司业务范围单一,地区发展极不平衡,而且大多数是靠自有资本的积累实现扩张。由于业务范围单一,资本规模小,在面对激烈竞争时,抗风险能力弱,竞争力不强。因此,本土广告公司应该具有战略眼光,敢于从外部融资,利用外部资源,走上快速扩张之道。(4分)

2. 通过资本重组构建集团化的广告公司。企业间的联盟是目前世界上比较典型的提升竞争力的有效手段之一。当前我国广告公司数量多、规模小、力量分散、地区发展不平衡,可以有效借鉴外国广告业的发展经验,通过重组整合的发展模式,组成联盟,这样可以使现代我国广告资源分散化的现状得到有效的控制,资源的价值得到提升,有效的抑制外国资本的快速进入。(3分)

3. 逐步推行代理制度,完善代理机制。我国的广告业要走向世界,应以大型广告公司为龙头,加快广告全行业的改革,实行集约化和规模化经营,为广告代理制的推行打下坚实的基础。(4分)

4. 加强我国广告公司与媒介的联合。媒体对于促进广告业的发展具有举足轻重的作用。随着媒体资源供给的增加,媒体经营日趋产业化与市场化,广告公司与媒介之间的关系越来越呈现出互相合作,互相依赖的关系。未来的发展趋势是媒体产业集团和集团广告公司成为新的企业组织形式,前者以文化产业为主,包含广告公司,后者以广告经营为主,控制一定的媒体。(4分)

5. 确立关系营销的观念,建立客户数据库。从我国当前情况看,广告公司和广告主之间的互动关系即对客户的培育上,存在着很大的不足;缺少服务的保证,缺少宣扬自己的观点。

(3分)