

试卷代号:1236

座位号

中央广播电视大学 2011—2012 学年度第一学期“开放本科”期末考试

网络广告实务 试题

2012 年 1 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. 互联网是一个把_____连接起来的全球性的信息网络。
2. 互联网是一个自由开放的体系,无人负责_____监控。加入互联网的各个成员构成了一个松散的联邦,各成员之间没有上下隶属关系,他们在一定的游戏规则约束下各自独立地处理内部事务。
3. 我们一般称一个站点众多页面中的首页为_____ (Home-page),它包含了一个站点的基本信息,通常用来对整个站点的信息组织结构进行综合介绍,是访问一个站点的入口。
4. 人们不仅可以阅读或消费互联网媒介的内容,还可以生活在这个媒介中,互联网因此也就成为了一种的_____平台(社会)。
5. 传统媒介发布信息的形式总是或多或少受到限制,互联网则可以实现数据、文本、声音及各种图像在单一的、数字化环境中的_____的信息交流。
6. 随着网络新技术载体的出现,传统的广告信息调查、事前调查、执行调查、_____和广告效果调查都需要与网站结合,从而实现“一对一”的信息传播模式。
7. 网络广告导向策略有利益导向策略、情感导向策略、观念导向策略、生活导向策略、权威导向策略、_____策略等。

8. 广义的网络经济则是与现代信息传输网络相关联的硬件设备、软件产品及网络交易等经济活动的_____。

9. 通过网上商务活动,商贸企业可以及时获取消费者消息,精准制定进货计划,通过电子网络促进销售,从而提高效率、_____成本,获取更大的效益。

10. 链式文案诉求的突出特点是瞬时组合连接,_____的递进式传播更能符合网民的急切求知心态和求知逻辑。

得 分	评卷人

二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. (互联网上的)服务

2. 门户网站

3. 动机

4. 静态展示

得 分	评卷人

三、问答题(本题 10 分)

网络广告市场存在着哪些主要问题?

得 分	评卷人

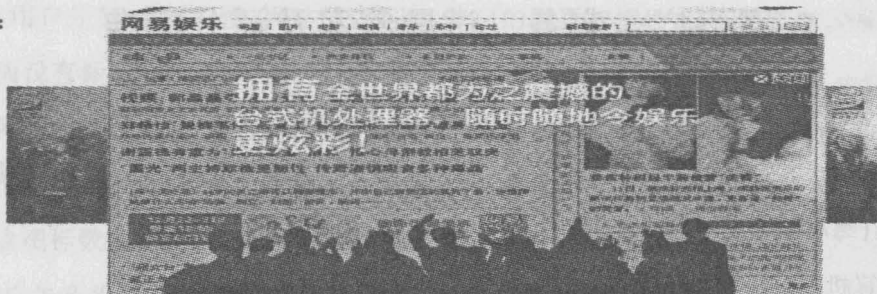
四、论述题(本题 20 分)

谈谈网络广告促销的变化。

得分	评卷人

五、应用题(本题 40 分)

案例:



产品背景

英特尔一直是计算机处理器行业中的巨头，英特尔酷睿 2 双核处理器拥有非凡的性能、难以置信的系统反应速度以及无与伦比的高能效。此外，系统速度不会再受病毒扫描、多个计算密集型程序同时运行以及多媒体下载的影响，这些台式机处理器的性能提升高达 40%，同时能效也有相应的提高，为用户工作、娱乐带来更多便利。

媒体选择

网易作为领先的中文门户网站，其娱乐频道鲜明定位为：形象力、生动性、时尚性和互动性，并围绕这个定位把频道分为 36 个栏目，这种具有鲜明个性的内容细分方式，在行业内为网易所独创。网易娱乐频道的滚动新闻、娱乐圈、电影世界、音乐天堂等栏目以突出的原创性优势，在国内同类网络栏目中居领先地位，各栏目每天能够提供至少 20 篇原创娱乐资讯文章，每周不少于 700 条资讯以及每天多达 80 张图片的更新量，保持着一个娱乐频道应有的形象力与生动性，将各种娱乐资源一网打尽。

广告设计

开始，一束聚光灯在屏幕上左右摆动，屏幕下方是欢呼的人群，随后灯光聚焦一侧，屏幕中间出现广告语“拥有全世界都为之震撼的台式机处理器，随时随地令娱乐更炫彩！”最后在人群欢呼雀跃之后，屏幕中间出现产品 LOGO 和特点描述：速度提升幅度高达 40%，能耗下降幅度超过 40%。

从网络广告的创意与表现形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 2011—2012 学年度第一学期“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)

2012 年 1 月

一、填空题(每小题 1 分,共 10 分)

1. 计算机
2. 管理
3. 主页
4. 虚拟
5. 一体化
6. 媒体调查
7. 名人导向
8. 总称
9. 降低
10. 多层信息

二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. (互联网上的)服务 是指主机在获取或发布信息时,网络为其提供数据传输上技术支持。

2. 门户型网站 就是提供搜索引擎或全文检索以便网络用户查找和登录其他网站的一种网站类型。(著名的搜索引擎网站雅虎(www.yahoo.com)是世界第一门户网站。而以中文检索闻名的新浪网(www.sina.com.cn)在中国的网络业界内具有领头地位。)

3. 动机 是主动的有意识的信息,它往往能够表达信息发布者的态度、观点或意见。

4. 静态展示 是指网络广告中的文案或画面都保持静止,不以跳动、闪动的形式出现。较常见的有巨幅静态广告和弹出式静态广告,也有各类旗帜广告和方形静态广告,通常为 JPG 格式或 BMP 格式,所占空间也较小。这种展示形式是最早的网络广告形式。

三、问答题(本题 10 分)

网络广告市场存在着哪些主要问题?

1. 从广告主的角度来说,广告的效果难以保证。广告主投放广告的基本依据主要有:网络的规模,用户分布,上网习惯,网站的访问率,热门的网页与栏目,访问繁忙时段等因素,但是中国至今尚没有标准的网站访客统计及分析系统,也没有一家专业权威的审计机构来公正地评估诸多网站的访客流量,或者提出一个通用可信的统计标准。网站的点击数实际上是从网页上提取信息点的数量,网页上的每一个图标,链接点都产生点击,所以一篇网页的一次被访问由于所含图标数量,浏览器设置的不同,可以产生多次点击。(3分)

2. 从广告经营者的角度来说,网络广告不正当竞争影响正常的市场秩序。从严格意义上说,利用网络广告进行不正当竞争并不体现在广告的内容、形式及其制作和发布上,而是表现在利用数字技术的新形式上。这些形式主要有:使用加框的超链接,即以分割视窗的方式将他人网站的内容呈现在自己网站的网页上,当浏览者点击链接时,他人网站的内容就会出现在该网页的某一区域内,而该网页的广告则始终呈现在浏览者面前,这样,该网站的广告即可借助其他网站的内容被宣传;抄袭他人网站的内容;利用关键字技术,即投机者采取一定的技术,使浏览者在搜索关键字所属网站时,该投机者自己的网页也同时打开。目前的法律主要侧重于对传统商业广告和不正当竞争行为作出规定,而对于利用网络广告进行不正当竞争的情形鲜有规定,这是急需解决的问题。(4分)

3. 从网络媒体的角度来说,不仅未能给广告主和广告公司提供详实的资料,而且收费标准也没有明确规定。目前各个网站的收费标准不尽相同。为争夺网络广告市场,网络广告价格正陷入无序竞争局面。事实上,国内网上广告市场能够形成广告效应的网站并不很多。大小网站抢占网络广告市场,也使网站竞争出现强愈强、弱愈弱的局面。(3分)

四、论述题(20分)

谈谈网络广告促销的变化。

1. 时空观念的变化。目前我们的社会正处于两种不同的时空交替作用时期。在传统营销概念下,我们的生活和生产是建立在工业化社会顺序上的,在这个顺序中存在精确的时间和空间,而网络促销则没有物理上的空间和时间的限制。企业的营销人员要认识到这种时空观念的变化,调整自己的促销策略和具体实施方案。

2. 信息沟通方式的变化。促销的基础是买卖双方信息的沟通。网络可以同时传播多种形

式的信息,如文字、图像图片、声音等多媒体形式。网络促销双向的、快捷的互不见面的信息传播又能够将买卖双方的意愿表达的淋漓尽致,也留给对方充分的时间思考,近似实现现实交易。

3. 消费群体和消费行为的变化。在网络环境下,消费者的观念及其消费行为都发生了很大的变化;网上购物者是一个特殊的群体,具有不同于一般大众的消费需求。这些消费者直接参与生产和商业流通的循环,普遍进行大范围的选择和理性的购买。这些变化对传统的促销理论和模式产生了重要的影响。

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)

“英特尔酷睿 2 双核处理器”品牌案例分析如下:

采用聚光灯画面表现形式,打破传统网络广告限制,全页面显示广告创意,产品犹如明星一般展现在用户面前,并降低用户的广告反感度。在突现产品特点的同时,快速有效地取得广效果。

创意内容上一方面新颖奇特,利用了用户的好奇心,使用户更愿意主动关注广告内容,另一方面通过聚光灯形式,将用户的注意力强制集中到广告上。就这样使用软硬兼施的方法,将广告传达到用户端,并且达到良好的效果。由于创意在技术上的调整,全屏网页内容都变灰放到后台,使广告内容以几乎全屏的形式展现给用户,广告本身就构成的一个画面,叠加到网页页面上,以至于形成了一个全屏的广告。

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。