

23. 社会主义改造基本完成时期(1957-1965年),我国广告在内容上的显著特点有()。
- A. 广告中政治宣传和时事宣传占相当的比重
 B. 广告结合国家政策和政治运动来宣传商品
 C. 广告注意反映我国社会主义革命和建设中的新成就
 D. 广告注意反映中国人民崭新精神面貌
24. 从1982年到1987年这五年间,工商行政管理机关开展广告管理工作的基本依据是()。
- A. 《广告管理暂行条例》 B. 《广告管理条例》
 C. 《广告法》 D. 《广告管理暂行条例实施细则》
25. 以下各项中,属于台湾地区现行的主要广告管理法律、法规的有()。
- A. 《广播电视法》 B. 《广播电视节目供应事业管理规则》
 C. 《电视广告制作规范》 D. 《广告物管理办法》
26. 公元1450年以前,外国广告的主要形式有()。
- A. 叫卖广告 B. 文字广告
 C. 印刷广告 D. 商标字号广告
27. 古代罗马的庞贝城遗址中,墙面广告有1600多处,内容包括()。
- A. 房产出租 B. 寻人启示
 C. 文艺演出 D. 政治竞选
28. 法国广告审查监督机构是()。
- A. 国家广播电视局 B. 电视、广播广告审查机构 RFP
 C. 国家广告联盟所属的 BVP D. 工商与贸易机构
29. 以下选项中,描述正确的是()。
- A. “国际广告协会”创建于1945年 B. “亚洲广告协会”联盟成立于1978年
 C. 我国于1987年加入“国际广告协会” D. “世界广告行销公司”总部设在美国纽约
30. 进入21世纪以后,广告宣传的特点主要表现在()。
- A. 广告宣传突出了社会责任感 B. 广告宣传突出人生、人格的价值
 C. “软性广告”更能满足消费者的需要 D. 广告的个性化更为突出

得 分	评卷人

三、名词解释(共 3 道题,每小题 4 分,共 12 分)

31. 标记广告
32. 广告代理制
33. 国际广告协会

得 分	评卷人

四、简答题(共 3 道题,每题 10 分,共 30 分)

34. 在建国初期(国民经济恢复时期),我国广告工作的发展集中表现在哪几个方面?
35. 20 世纪 80 年代,国际化冲击给台湾广告业带来了哪些负面影响?
36. 简述在 21 世纪出现了哪些新兴的广告传播模式。

得 分	评卷人

五、论述题(本题 18 分)

37. 试论述我国加入 WTO 给广告行业带来了哪些影响。

试卷代号:1245

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

中外广告史 试题答案及评分标准

(供参考)

2012 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. A | 3. A | 4. A | 5. B |
| 6. A | 7. A | 8. B | 9. A | 10. C |
| 11. A | 12. C | 13. B | 14. D | 15. C |
| 16. B | 17. D | 18. D | 19. C | 20. D |

二、多项选择题(每小题 2 分,共 20 分。以下各题均有 1 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)

- | | | | | |
|---------|----------|----------|--------|----------|
| 21. ACD | 22. BCD | 23. ABCD | 24. AD | 25. ABCD |
| 26. ACD | 27. ABCD | 28. BC | 29. BC | 30. ABCD |

三、名词解释(共 3 道题,每小题 4 分,共 12 分)

31. 标记广告是我国古老的广告形式之一。最初,在物件上加刻铭文、年号,还只是为了表示所有权,成为纪念、装饰之用。随着商品经济的发展,生产上的分工,交换的扩大,逐渐出现了商业性的标记。

32. 早期的广告代理商通常都是报馆广告的代理人或买卖报纸版面的捐客。随着广告业务的扩大,一些有实力的报馆和企业纷纷设立广告部或广告社,进入 20 世纪以后,出现了许多独立于媒体和企业的专营广告业务的广告社和广告公司。广告代理商逐渐成为能够为广告客户制定广告计划、制作广告和提供其它促销工具的一个独立性机构。

33. 国际广告协会,简称 IAA,成立于 1938 年,是当今世界上最大的和最具有权威的国际广告团体,总部设在纽约。它是由各国广告界知名人士组成的非营利性组织。

四、简答题(共 3 道题,每题 10 分,共 30 分)

34. 要点提示:在建国初期(国民经济恢复时期),我国广告工作的发展集中体现在:

- (1)颁布新的广告管理法规。(3 分)
- (2)加强对广告行业的领导。(3 分)
- (3)重视发挥广播广告的作用。(2 分)
- (4)发展实用性的广告传播形式。(2 分)

35. 要点提示:20 世纪 80 年代国际化冲击给台湾广告业带来的负面影响主要有:

(1)经营成本急剧上升。(5 分)

(2)人员跳槽现象严重。(5 分)

36. 要点提示:21 世纪出现四大新兴的广告传播模式,包括:

(1)事件营销。(3 分)

(2)节目赞助。(3 分)

(3)内容置入。(2 分)

(4)包装设计。(2 分)

五、论述题(本题 18 分)

37. 要点提示:

我国加入 WTO 对广告业来说既是机遇也是挑战,主要表现在以下方面:

(1)加入 WTO 将使国内广告市场容量扩大。入世后更多的国内企业将面临更加激烈的竞争,投放广告将成为企业占有和维持市场份额的重要手段。同时随着媒介竞争的加剧,新兴广告媒体不断涌现,在客观上促进企业增加广告投入。(4 分)

(2)广告行业的竞争加剧。WTO 加快了我国发展市场经济的步伐,但随着市场的扩大,将吸引更多的外资和国内广告公司进入,竞争者的增加将使行业内的竞争进一步白热化。

(4 分)

(3)促进我国广告管理规范化。加入 WTO 从客观上要求广告业必须与国际接轨,当然也包括广告行业管理,因此广告管理方式将由传统的行政主导和关系主导转变为市场主导和知识技术主导。(4 分)

(4)我国广告公司实现跨国经营的机会增多。入世为我国企业走向世界参与国际竞争提供了条件,越来越多的中国企业参与国际竞争,必然会加快国内广告代理公司进军世界广告业的步伐。(3 分)

(5)在经济全球化和广告国际化的背景下,国内的广告业必须改变目前行业分散、规模小、效益低下的局面,才能从容应对跨国广告集团的竞争压力。(3 分)