

试卷代号:1246

座位号

中央广播电视大学 2012—2013 学年度第二学期“开放本科”期末考试

## 广告创意与表现(1) 试题

2013 年 7 月

题号	一	二	三	四	总分
分数					

得分	评卷人

### 一、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. 广告创意
2. 广告创意策略
3. 定位
4. ROI 理论

得分	评卷人

### 二、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

1. 什么是品牌形象论?
2. 我国广告专家陈梁提出了评价广告作品的“五看”标准是什么?

得分	评卷人

### 三、论述题(本题 20 分)

你怎样理解以人为本的新沟通观念(论述要有论据)

得分	评卷人

#### 四、案例分析题(本题 40 分)

分析天地大厦房地产广告

1. 认真研读案例：



文案：

一巢融温暖·天地情无限

中国北京·天地大厦

记忆中

慈母给予的安逸和温柔

天地大厦位于北京市东二环十号·立交桥东北角·交通极为便利。

大厦建筑面积 78,000 平方米,有写字楼、展览厅、舒适客房、国际一流水平的现代化剧院、多功能厅、大型地下停车场、中西餐厅、咖啡厅、酒吧、美容美发中心、购物中心、一应俱全的康乐运动设施及综合服务设施。

2. 写出天地大厦广告创意分析(字数要求:300~500 字)

试卷代号:1246

中央广播电视大学 2012—2013 学年度第二学期“开放本科”期末考试

## 广告创意与表现(1) 试题答案及评分标准

(供参考)

2013 年 7 月

### 一、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. 广告创意是表现广告主题、能有效与受众沟通的艺术构思。
2. 广告创意策略就是将原本漫无节制、尝试错误的创意过程加以窄化,让创意人员在一个既定方向之下,打破常规,任意发挥想象力,更有利于创造出优秀的或杰出的广告构想。广告创意策略主要由目标消费者、产品概念、广告讯息和传播媒介四个方面组成。
3. 定位就是使产品或品牌在消费者心目中占据一个明确的、有利的位置。
4. ROI 理论是伯恩巴克创立的一种实用的广告创意指南,其要点就是:一则好的广告应具备三个基本特质,它们是:(1)关联性;(2)原创性;(3)震撼性。

### 二、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

1. 什么是品牌形象论(brand image)?  
(1)20 世纪 60 年代由 D·奥格威提出的品牌形象论是广告创意理论科学派中的一个重要流派。(2 分)  
奥格威的品牌形象论的基本要点是:  
(2)广告应注重为塑造与维护一个高知名度的品牌形象服务,以达到满足消费者需求与提高销售力的目的。(4 分)  
(3)影响品牌形象的因素有很多,包括它的名称、包装、价格、广告的风格、赞助、投放市场的时间长短等。(4 分)
2. 我国广告专家陈梁提出了评价广告作品的“五看”标准是:  
(1)看广告是否对准目标消费者,是否符合营销策略与广告策略。(2 分)  
(2)看广告引起注意的能力。(2 分)

(3)看广告的说服力。(2分)

(4)看广告在同类产品中的竞争力。(2分)

(5)看广告的完美表现力和对媒体特征的把握。(2分)

### 三、论述题(20分)

你怎样理解以人为本的新沟通观念(论述要有论据)

(1)沟通,意味着平等;(8分)

(2)沟通,意味着真诚;(6分)

(3)沟通,意味着互惠。(6分)

### 四、案例分析题(40分)

分析天地大厦房地产广告。

1. 认真研读案例(略)

2. 天地大厦广告创意分析如下:

“一巢融温暖·天地情无限·记忆中慈母给予的安逸和温柔”饭店广告一般多以其豪华的设施条件体现一种富丽堂皇、与众不同的气派和现代风格。都市文明的高度发展无疑会给人们提供更多更好的物质享受,但同时也使人们越来越疏离了自然和亲情。所以,作者在这里考虑以返璞归真的形式,采用一个极其自然的情调,有蛋、有温暖的羽毛,一个能够使人感觉到温度和湿度的鸟巢来表现一种心理上的关怀,从而唤起人类记忆中所具有的共同情感。这样不仅可以区别于一般的饭店广告,同时也突出了饭店设施以外的情感因素,给人一种回归自然、宾至如归的感觉。这幅作品的创意风格就是将中国文化的意蕴深深地融入商业广告之中,它强调广告不仅应对受众产生视觉冲击力,更应该对大众的心灵产生强烈的震撼。作品犹如一杯陈年佳酿,可以让你细细品味、观赏。

3. 评判提示:

(1)可根据上述分析加以评判;

(2)也允许考生运用相关的理论和方法进行分析,如思路清晰,无逻辑冲突,文字通顺,可给满分。