

试卷代号:1229

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(2) 试题

2013 年 7 月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

一、填空题(每空 1 分,共 10 分)

1. 同一个广告定位能够有许许多多的途径来表现,如果不恰当地诠释广告定位的创意和广告的表现方式,就会_____广告目标的实现。
2. 广告表现阶段所承担的主要责任,就是为既定的创意概念创造出具有_____和个性的具体形象。
3. 广告创意对广告表现具有的推动和引导作用,使二者之间形成了相关的作用力和_____。
4. 广告作品中的视觉形象可以分为_____、辅助形象和象征图形。
5. 广告表现在广告活动中的作用是:(1)对_____的影响;(2)对广告目标的影响;(3)对广告效果的影响。
6. 影响广告目标实现的最大因素是_____是否准确,以及广告是否能够选用可以触及消费者且被他们所信赖的媒体。
7. 详细介绍产品的功能与使用方法,宣传其独特的技术优势的广告表现形式是_____。

8. 广告的创意策略确定后,广告信息需要通过具体的媒体去触及目标受众,如何将特定的创意概念转化为具体媒体上的信息形态是_____活动的任务。

9. 持续占有受众注意力的广告表现方式是_____。

10. 常见的幽默式广告表现有两类,即含蓄但十分耐看的故事和以出乎意料的_____为特色的较为直白的系列幽默小品。

得 分	评卷人

二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

11. 印刷媒介

12. 直邮广告

13. 特约广告

14. 视觉识别系统

得 分	评卷人

三、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

15. 电视广告的劣势是什么?

16. 广告运动整体表现方式的规律主要体现在哪几个方面?

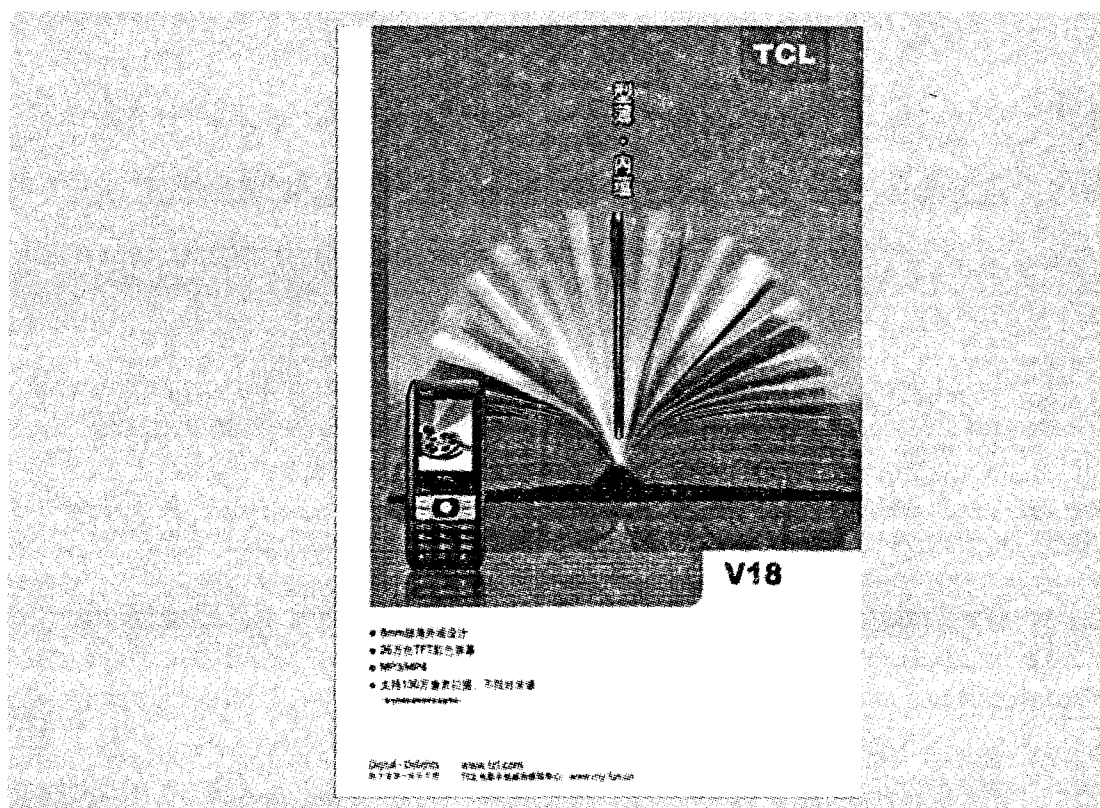
得分	评卷人

四、案例分析(本题 20 分)

17. 分析下面平面广告作品创意与表现特色,写出分析(或赏析)文字;要求字数:300 字以上。

案例:TCL V18 手机广告

广告语:型薄·内蕴



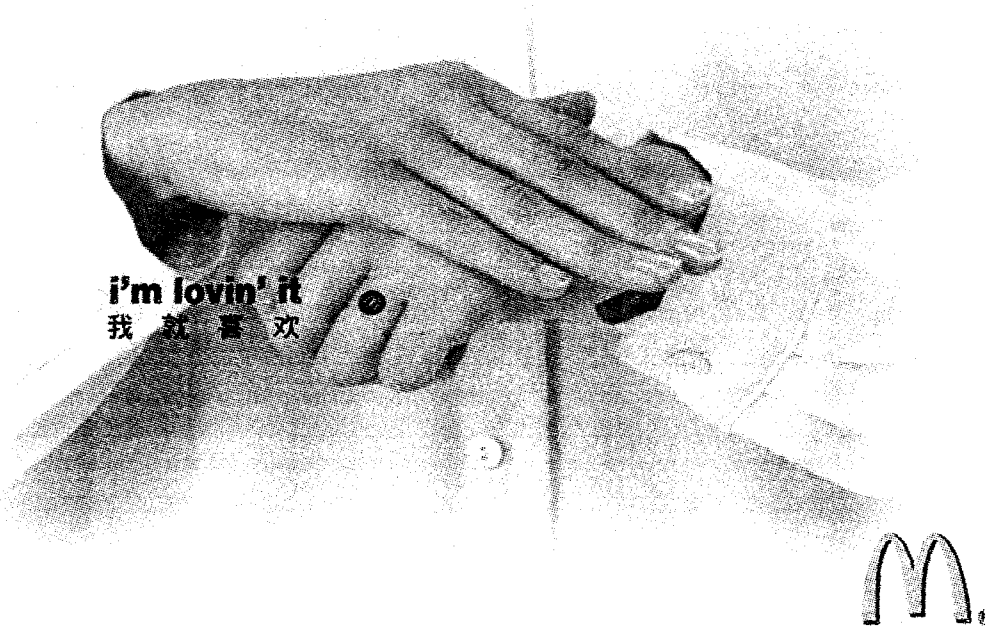
得 分	评卷人

五、应用题(本题 30 分)

18. 仔细阅读麦当劳平面广告,试以此为例,沿用“我就喜欢”这个的主题,重新创意与表现一幅你自己的作品。

要求:

(1)仔细阅读下面麦当劳广告作品:



(2)试以此为例,沿用“我就喜欢”的主题,重新创意与表现一幅你自己的作品。

①可以只用文字说明,也可以附加一、二幅现场画出的速写草图,做形象化的补充说明;

②应说明你所采用的创意方法、表现方式和你的“创意点”(你的独到之处),并描述你表现的画面。

试卷代号:1229

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(2) 试题答案及评分标准

(供参考)

2013 年 7 月

一、填空题(每空 1 分,共 10 分)

1. 影响
2. 说服力
3. 反作用力
4. 主形象
5. 广告创意
6. 广告定位
7. 示范式
8. 广告表现
9. 连续式
10. 结局

二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

11. 印刷媒介是指向各种广告主出售广告空间的商业性出版物或印刷物,如报纸、杂志等。

12. 直邮广告(DM)是指企业直接将广告信息邮寄给潜在顾客的一种广告手段。直邮可以是简单的销售信函,也可以是含有优惠券、说明书、样品或其它用以打动消费者的物件的邮包,按暴露成本计算,直邮是最昂贵的媒介,但也是最有效的媒介,广告主可以直接到达目标顾客而不受其他广告竞争的干扰。

13. 特约广告,是指客户在特约时间段内播出的广告。一般放在一些受欢迎的栏目以及报时钟声的前后。

14. 视觉识别系统是指通过设计独特的视觉形象为企业赋予个性,从而将本企业从众多的企业中突出出来。它是企业形象识别系统(CI)的一部分。

三、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

15. 电视广告的劣势是什么?

(1)信息量小,转瞬即逝。由于电视广告一般只有 15 秒、30 秒,信息量是极其有限的。电视广告不能保留、传阅和反复观看,所以不便记忆。

(2)受收视环境的影响大,不易把握传播效果。电视机需要一个适当的收视环境,离开了这个环境,也就根本阻断了电视媒介的传播。在这个环境内,观众的多少、距离电视机屏幕的远近、观看的角度以及电视音量的大小、器材质量以至电视机天线接受信号的功能如何,都直接影响着电视广告的收视效果。

(3)费用昂贵。一是电视广告片本身的制作成本高,周期长;二是播放费用高。

16. 广告运动整体表现方式的规律主要体现在哪几个方面?

(1)集中创意,持续展开,保持统一的形象;(4 分)

(2)文案保持一致,态度完全相同;(3 分)

(3)声音相同,表情连贯。(3 分)

四、分析题(本题 20 分)

17. 评判提示:

(1)本幅广告为:将 TCL V18 手机侧面和翻书页侧面进行对比,以表其超薄的特点。

(2)本题考生分析时可以比较灵活。

(3)只要能将广告创意与平面广告制作表现的理论用于对这一则案例的分析,且理论与广告实际能做到恰当结合,并在理论与实践的结合上进行分析评论,即可给 15 分以上。若能从不同角度去分析,且有创见的可适当加分,最多不得超过 20 分。

教师阅卷前要认真研究这则广告,给分要慎重。

五、应用题(本题 30 分)

18. 考生只要说出所采用的创意方法、表现方式及其“创意点”(其独到之处),并描述出表现的画面,文字通顺,无逻辑冲突,即可给 20 分以上。若能谈出一些理论,且有创见,甚至能够画出草图的,便可适当加分,满分为 30 分。

教师阅卷前要认真研究这一广告,给分要慎重。