

试卷代号:1236

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

## 网络广告实务 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(每小题 1 分,共 10 分)

前提 词语 虚拟社会 不适合 优化 学习 电视 图像 相互 公关

请将上面词语分别填到下面 10 个小题中适当的“空格”中。

1. 网络广告传播的载体是网络。网络是网络广告活动的\_\_\_\_\_。网络的命运与前途决定着网络广告的命运与前途;反过来,网络广告的发展水平也可以深刻影响网络的发展。
2. 按钮由于尺寸偏小,广告表现手法通常比较简单,一般只是一个\_\_\_\_\_和标志图案,信息量十分有限,吸引力差一些,主要起到纯提示的作用,适用于针对老主顾。
3. 虚拟平台是网络媒介区别于传统媒介的一个根本属性。所谓虚拟平台就是网上的\_\_\_\_\_。这意味着人们不仅生活在现实中,也可以生活在网络中。
4. 互动性是网络媒体的一个本质性特点。仅从互动性这一点来看,将网络视为大众传播媒体一类是\_\_\_\_\_的,我们应该称其为“大众交流媒体”。这是因为“大众传播”不论是“广播”还是“窄播”,其信息的传送一般都是单向的、直线式的。而网络媒体的信息传送则是多维的、交流的、互动的。
5. 对网站评估主要出于两个目的,即网站的\_\_\_\_\_和网络广告的投放。
6. 网民上网的主要目的有获取信息、休闲娱乐、交友、\_\_\_\_\_、对外通讯联络、情感需要、获得免费资源、炒股、学术研究、追崇时尚、网上购物等。

7. 网络广告已不再像\_\_\_\_\_和广播一样具有强制受众接受的作用,受众完全可以按照自己的爱好下载文字、图片、声音或影像信息。

8. 网络广告的传达要素是文字、\_\_\_\_\_、空间、时序和声音。

9. 利用网络广告推销站点是一种比较有效的方式,比较廉价的做法是加入广告交换组织。广告交换组织通过不同站点的加盟后,在不同站点交换显示广告,起到\_\_\_\_\_促进的作用。

10. 网络媒体与公共关系也迅速融合在一起,形成了一门新的子学科——网络公共关系。网络公共关系主要利用互联网进行\_\_\_\_\_活动,因此具有更强的开放性和互动性。

得 分	评卷人

## 二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

11. TCP/IP 协议

12. 技术平台

13. 个性化策略

14. 流媒体

得 分	评卷人

## 三、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

15. 定向广告的原理是什么?

16. 违法网络广告有哪几种表现形式?

得 分	评卷人

## 四、论述题(本题 10 分)

17. 谈谈网络广告促销的特点。

得分	评卷人

### 五、应用题(本题 40 分)

18. 案例:



#### 产品背景

百事可乐作为目前世界饮料市场的巨头,多年来以势不可当的速度发展着。它在不同领域的品牌营销概念常常成为广告营销课本中的经典案例。对快速消费品行业来说,其发展规模已经形成一个固定营销模式,并传播和影响着越来越多发展中的全球企业。

#### 媒体选择

网易自 1997 年 6 月创立以来,凭借先进的技术和优质的服务,深受广大网民的欢迎,曾两次被中国互联网络信息中心(CNNC)评选为中国十佳网站之首。截至 2006 年 9 月 30 日,网易日平均页面浏览量更已超过了 66 亿人次。2006 年网易首页以遵从用户体验为目标的全新改版,号称网络内容建设的一场变革,使得网易内容整体优势继续提升。目前网易的内容都采取了两栏结构,页面简洁、流畅、素雅,从而巩固了网易内容模式的门户地位。这样优势的网站正利于百事这样大品牌的广告投放。

#### 创意构思

强调势不可当的力量!

百事可乐以势不可当的力量“突破”平静的页面,百事可爱的代言人蔡依林手托着百事的吉祥物出现在可乐旁,一串广告语和活动信息从瓶中“流”出:祝您百事可乐!

从网络广告的创意技巧和表现方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 2012—2013 学年度第二学期“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)

2013 年 7 月

### 一、填空题(每小题 1 分,共 10 分)

1. 前提
2. 词语
3. 虚拟社会
4. 不适合
5. 优化
6. 学习
7. 电视
8. 图像
9. 相互
10. 公关

### 二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

11. TCP/IP 协议属于一种通信协议,指的是一组规则 and 标准,是网络中的计算机交换信息所遵守的共同约定。

12. 技术平台主要是指网络中的一种技术应用方式,其实就是一种直观的、图形化的网络操作界面。

13. 个性化策略就是根据个人的需要、品位、兴趣取向、上网习惯、消费习惯为个人特别定制和定向发布特定广告的策略,呈现“以人为本”的广告模式。

14. 流媒体是指采用流式传输的方式在 internet/intranet 播放的媒体格式,如音频、视频或多媒体文件。在播放前并不下载整个文件,只将开始部分内容存入内存,在计算机中对数据包进行缓存并使媒体数据正确地输出。

### 三、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

15. 定向广告的原理是什么?

(1)定向广告利用客户的资料和网络交互性,通过实时智能营销方式驱动客户访问目标网站。

(2)定向广告借助于软件解决方案,在一系列选定网站组中,监测点击广告的人、点击的频率,以及是否达成销售。

(3)定向广告通过建立目标对象的数据库,此数据库包括统计层面的和网络行为层面的数据,采用 Cookies 的技术,使一对一的信息传递成为可能。

16. 违法网络广告有哪几种表现形式?

从现状看,违法网络广告主要有以下几种表现形式。

(1)诱饵广告。指广告经营者对实际上不能进行交易的商品做出广告,或者对商品的数量、日期有显著限制而在广告中不予明示,以此引诱顾客前来购买,并鼓动其购买广告商品之外的商品。

(2)虚假广告。指广告主利用虚假的事实进行广告,以骗取消费者对其产品或服务的信任,从而成为购买其商品或服务的潜在客户。

(3)滥用名人肖像的广告。指一些网站(尤其是中小型网站)常常不经名人的同意,擅自对其肖像进行加工,制作成网页或 Flash 图片,以扩大自身的对外宣传。

(4)违反行业规定的广告。如果网络经营者未能根据法律对特定行业的特殊规定进行广告活动,则很可能构成违法广告。

(5)广告骚扰问题,主要利用滥发电子邮件广告的形式进行,从而给用户带来损失。

### 四、论述题(10 分)

17. 谈谈网络广告促销的特点。

网络广告促销有三个明显的特点:

(1)通过网络传递有关信息。从事网络促销的营销者不仅要熟悉传统营销知识和技巧,而且需要相应的计算机网络技术知识。

(2)网络促销活动是在互联网虚拟市场上进行的,由于互联网聚集了广泛的人口,融合了多种文化成分,所以,从事网上促销的人员要分清虚拟市场和实体市场的区别,跳出实体市场的局限性。

(3)互联网虚拟市场的出现,将所有的企业推向了一个世界统一的市场,传统的区域性市场的局限正在被一步步打破,全球性的竞争迫使每个企业都必须学会在全球统一的大市场上做生意,否则,这个企业就会被淘汰。

#### 五、应用题(本题 40 分)

18. 从网络广告的创意技巧和表现方式角度写出分析文字,要求 300~500 字。

该广告主要的诉求是百事公司的品牌营销理念。用迅猛不可抵挡的重叠凸显的表达形式将百事代言人蔡依林手托着百事的吉祥物的形象推到网民面前。百事产品一直以来以现代时尚年轻人为主要消费群体,以青春、朝气、时尚、个性的产品特点为切入宣传点。因此在广告形式和创意上决定突破传统表现形式的局限,使广告刚进入用户视线中就展现超强爆发力,用变形的页面表现百事此次活动锐不可当的火热程度,从而提高用户的参与兴趣。

百事可乐以势不可当的力量“突破”平静的页面,百事可爱的代言人蔡依林手托着百事的吉祥物出现在可乐旁,一串广告语和活动信息从瓶中“流”出:祝您百事可乐!

突破传统表现形式的局限,使广告刚进入用户视线中就展现超强爆发力,用变形的重叠展示的页面表现百事此次活动锐不可当的火热程度,从而提高用户的参与兴趣。如此一来,无论是张扬的表达方式还是极富视觉冲击力的广告内容都使浏览者紧握鼠标的手松弛下来,百事的品牌在这个过程中被人们记住,广告效果印象深刻。

评判要求:

考生能运用相关的理论和方法加以说明,且思路清晰,无逻辑冲突,文字通顺,可给满分。