

试卷代号:1245

国家开放大学(中央广播电视大学)2014年春季学期“开放本科”期末考试

## 中外广告史 试题

2014年7月

### 注意事项

一、将你的学号、姓名及分校(工作站)名称填写在答题纸的规定栏内。考试结束后,把试卷和答题纸放在桌上。试卷和答题纸均不得带出考场。监考人收完考卷和答题纸后才可离开考场。

二、仔细阅读题目的说明,并按题目要求答题。答案一定要写在答题纸的指定位置上,写在试卷上的答案无效。

三、用蓝、黑圆珠笔或钢笔(含签字笔)答题,使用铅笔答题无效。

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答题纸上)

1. 在我国早期,经营扫帚的店铺,在门前悬挂一把扫帚作标记,这是( )。

- |         |         |
|---------|---------|
| A. 实物广告 | B. 标记广告 |
| C. 悬帜广告 | D. 悬物广告 |

2. 我国最早的印刷广告出现于( )。

- |       |         |
|-------|---------|
| A. 唐朝 | B. 宋朝   |
| C. 元朝 | D. 明清时期 |

3. 招牌广告以儒家“以义取利”的思想为主导的时期是( )。

- |       |         |
|-------|---------|
| A. 唐朝 | B. 宋朝   |
| C. 元朝 | D. 明清时期 |

4. 近代以后,在中国境内出版的第一份中文杂志是( )。
- A.《东西洋考每月统记传》                      B.《遐迩贯珍》  
C.《邸报》    D.《中国之友》
5. 我国的广告管理发端于( )中,其中对广告的解释、效力、撤销、悬赏等作了十六条款项之规定。
- A.《修正取缔树立广告的办法》                  B.《户外广告物张贴法》  
C.《民律法案》                                      D.《广告经营标准》
6. 我国的广告代理制最早出现于( )时期前后。
- A. 鸦片战争    B. 戊戌维新  
C. 辛亥革命    D. 五四运动
7. 大陆文革后我国大陆史上第一条电视广告是上海电视台播出的( )广告。
- A. 参桂补酒    B. 荷花牌洗衣机  
C. 凤凰牌自行车广告                              D. 全聚德烤鸭
8. 新中国成立初期全国各地相继发布广告管理法规,对广告内容提出必须“以( )为主”。
- A. 纯正    B. 真实  
C. 艺术    D. 创新
9. 大陆文革后我国率先恢复商业广告业务的报纸是( )。
- A.《文汇报》    B.《天津日报》  
C.《北京日报》                                      D.《人民日报》
10. 在我国台湾地区,电视台的主管单位是( )。
- A. 行政院新闻局                                      B. 工商管理局  
C. 广播电视局    D. 经济部标准检验局
11. 在以下哪个阶段,台湾地区解除了海外人士投资广告公司的限制?( )
- A. 20 世纪 60 年代                                      B. 20 世纪 70 年代  
C. 20 世纪 80 年代                                      D. 20 世纪 90 年代



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在答题纸上,多选、漏选或错选均不得分)

21. 以下各项中,属于我国早期社会广告形式的是( )。
- A. 夏禹铸九鼎以示天下                      B. 夏商周时期的“浩”  
C. 各朝代的“策书”                         D. 卖油郎敲“油梆子”
22. 西周时期,坐贾常用的广告形式有( )。
- A. 音响广告                                    B. 口头广告  
C. 招牌   D. 幌子
23. 在我国,广告代理商最早是以什么形式出现?( )
- A. 广告社                                      B. 广告代理人  
C. 版面买卖人                                D. 广告公司
24. 在文革结束后的广告业恢复期,我国广告在表现形式上的特点主要有( )。
- A. 广告设计偏重于手绘技艺  
B. 设计模式一般是“简单告白+艺术装饰”  
C. 设计模式一般是简单告白式  
D. 广告设计偏重于摄影技艺
25. 从 1982 年到 1987 年这五年间,我国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》
26. 跨国广告公司主要以哪些方式进入台湾市场?( )
- A. 合资   B. 独资  
C. 技术合作                                  D. 并购
27. 我国台湾地区户外广告发展的特点主要是( )。
- A. 科技化                                      B. 精致化  
C. 多样化                                      D. 数据化
28. 在世界广告发展史中,曾作为世界广告中心的国家或地区有( )。
- A. 中国   B. 地中海沿岸  
C. 美国   D. 英国
29. 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

30. 20 世纪 60 年代开始,前苏联全国的广告工作领导单位是( )。

- A. 全苏工商部
- B. 苏联广告协会
- C. 全苏贸易部
- D. “部际广告协会”

**三、名词解释(共 3 道题,每小题 4 分,共 12 分)**

- 31. 商品命名广告
- 32. 部分服务型的广告公司
- 33. 事件营销

**四、简答题(共 3 道题,每题 10 分,共 30 分)**

- 34. 在文化大革命时期,我国广告业有哪些特点?
- 35. 世界广告业的发展大致可分为几个阶段? 各个历史时期的广告发展水平有什么特点?
- 36. 简述法国广告业的审查制度及审查机构的组成。

**五、论述题(本题 18 分)**

- 37. 简述 21 世纪以来新媒体的崛起对广告营销的影响。

试卷代号:1245

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2014年春季学期“开放本科”期末考试

### 中外广告史 试题答题纸

2014年7月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

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答题纸上)

- |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1.  | 2.  | 3.  | 4.  | 5.  |
| 6.  | 7.  | 8.  | 9.  | 10. |
| 11. | 12. | 13. | 14. | 15. |
| 16. | 17. | 18. | 19. | 20. |

得分	评卷人

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在答题纸上,多选、漏选或错选均不得分)

- |     |     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|-----|
| 21. | 22. | 23. | 24. | 25. |
| 26. | 27. | 28. | 29. | 30. |

得分	评卷人

三、名词解释(共3道题,每小题4分,共12分)

- 31.
- 32.
- 33.

得 分	评卷人

四、简答题(共 3 道题,每题 10 分,共 30 分)

34.

35.

36.

得 分	评卷人

五、应用题(本题 18 分)

37.

试卷代号:1245

国家开放大学(中央广播电视大学)2014年春季学期“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)

2014年7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答题纸上)

- |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. D  | 2. B  | 3. D  | 4. A  | 5. C  |
| 6. B  | 7. A  | 8. A  | 9. B  | 10. A |
| 11. C | 12. C | 13. C | 14. B | 15. C |
| 16. B | 17. B | 18. A | 19. A | 20. A |

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在答题纸上,多选、漏选或错选均不得分)

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

三、名词解释(共3道题,每小题4分,共12分)

31. 商品命名广告出现于汉代,由于手工业发达,商品种类繁多,市场上开始有了竞争。商人为了保住自己的商品市场,以该产品的能工巧匠的名字或与商品有关的情节、历史背景来命名商品,以加深顾客印象,这就是商品命名广告。

32. 部分服务型的广告公司指只有一项或几项服务功能、经营范围有一定限制的广告公司,如只承接创作、制作影视广告的公司;只承接设计、制作、发布路牌、霓虹灯等户外广告的公司;只承接产品样本、招贴等印刷品广告业务的公司等。

33. 事件营销,也叫活动营销,是指企业通过策划、组织和利用具有新闻价值、社会影响以及名人效应的人物或事件,吸引媒体、社会团体和消费者的兴趣与关注,以求提高企业或产品的知名度、美誉度,树立良好品牌形象,并最终促成产品或服务的销售的手段和方式。

四、简答题(共3道题,每题10分,共30分)

34. 文化大革命时期的广告业主要表现出如下几个特点:

(1)所有商品广告基本停顿,许多广告媒介被限制或取缔,报刊只保留少量宣传政治书刊及“革命文艺”的广告;(3分)

(2)户外广告备受摧残,各种户外广告被“红海洋”的政治宣传代替;(3分)

(3)许多传统老字号、牌匾被当做“封、资、修的黑货”砸烂。(3分)

总的来说,在这个特殊的年代,商品制度被根本否定,商业广告作为商品生产和交换的宣传工具,也被彻底否定,一概被斥为“资本主义的产物”,广告管理停顿,从业人员或改行、或下



放劳动。(1分)

35. 依据各个历史时期的广告技术发展水平,可以把外国广告业的发展大致分为4个时期:

(1)原始广告时期。即从广告的产生到公元1450年德国人古登堡发明金属活字印刷前,为原始广告时期。这一时期以口头叫卖为主要传播媒介,逐渐向文字商标演变。(3分)

(2)近代广告时期。从1450—1850年,为世界广告的孕育期。金属活字印刷术发明后,为印刷广告的发展提供了条件,开创了广告的新纪元。(3分)

(3)近代广告向现代广告过渡期。从1850年—1920年,是世界近代广告向现代广告的过渡期。由于新技术的广泛应用,广告形式已呈多样化的趋势,世界广告中心已从英国移至美国。(2分)

(4)现代广告时期。1920年以后,世界广告业进入了划时代的发展阶段。1920年11月2日,第一家正式注册营运的美国西屋电器公司开办的KDKA广播电台,以报道美国总统竞选开始了正式的电台商业广告营业。1922年美国又一家商业无线广播电台WEAF正式开始商业广告广播,从此广告由近代进入了现代发展时期。(2分)

36. 法国实行事先广告审查制度。未经审查机构批准,任何媒介不得发布广告。(4分)

法国的广告审查监督机构由两个系统承担:

(1)电视、广播广告审查机构RFP。RFP是由政府和三家国营电视台、法国消费者协会、广告公司等单位组成,是一个半官方性的组织。其主要任务是负责审查全国所有广播、电视广告内容,以保障广告的真实性,防止利用广告进行欺骗。(3分)

(2)国家广告联盟所属的BVP。BVP是消费者协会和主要广告经营者组织起来的民间广告审查组织。它站在消费者的立场上,对全法国各种广告媒介和广告内容进行审查。(3分)

## 五、论述题(本题18分)

37. 新媒体的出现对广告营销主要有以下几方面影响:

(1)新媒体时代的广告投放更加精准化。在新媒体时代,更注重分众化传播、定制化服务和互动性传播,能不能精准把握广告沟通目标的生活形态和媒体接触习惯,将直接决定广告成败。(4分)

(2)互动参与性广告成为主流。新媒体的广告运作方式有很多,但最重要的是能结合新媒体的形式感、参与性与多媒体互动的特点。可以说,互动参与将成为未来广告的重要特点。

(4分)

(3)创意决定成败。进入数字时代,网络电视时代,广告观众对媒体的选择主动权更大,想看就看,不想看就不看,这个时候只有有创意的媒体和有创意的内容才能吸引受众注意。通过精彩的创意解决广告信息的传递,与目标受众进行沟通,是新媒体时代的制胜法宝。(3分)

(4)广告投放越来越经济。相对于昂贵的传统媒体而言,新媒体广告是最节省开支的一种广告形式,它能根据后台的巨大数据库的信息为广告的投放圈定范围,进而在合理有效的条件下产生广告行为,节省了广告成本,也确保了广告的目标达到率和广告效果。(3分)

(5)企业加强对终端新媒体的使用。越来越多的企业把楼宇电视,卖场电视等新媒体看作是终端客户体系的重要一环。新媒体以其细分的场所,细分的受众,细分的适宜性广告产品,独特的主动收视空间,恰当的媒体表现形式深深吸引了众企业。(4分)