

试卷代号:1236

国家开放大学(中央广播电视大学)2015年春季学期“开放本科”期末考试

网络广告实务 试题(开卷)

2015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、填空题(每小题1分,共10分)

1. 互联网本着开放、自由、平等的原则,将各种各样的互联网和计算机,在统一的通信_____下连接起来。
2. 信息的流动,实际上就是信息在互联网中的不断_____过程。
3. 一种最简单的直接式动机发布方式,就是网民调查。特别是“投票式”的网民调查。这种调查通常是由网站预设若干答案,由网民进行选择。通常这样的调查是_____。
4. 网络经济是一切与现代通讯网络相关联的经济活动的_____。
5. 1999年6月“中国ICP联合发展高层会议第三次会议”在北京的召开,标志着网络广告作为商品被正式纳入_____和法制化轨道。

6. 由于互动行为的自主性和即时点击特性,网民接触广告时的心理状态对互动效应的产生影响较大,_____率也成为网络广告创意人员的主要目标。

7. 另一种是一幅广告内各个要素的运动,包括闪动和移动两种形式。在创作中,可以安排广告中的景、物、_____、文字有规律的运动,以创造足够的注意和联想效果,促发互动欲望。

8. 增加流量是网络媒体首要的_____目标。流量的增加意味着浏览率的提高,在此基础上才能出现高点击率的可能性。

9. 综合型网络广告代理公司负责企业整体的网络广告投放计划,主要包括:网络广告_____,网络广告决策的制定、网络广告具体实施、网络广告效果测评四个阶段。

10. 公共关系是一种重要的促销工具,它通过与企业利益相关者包括供应商、顾客、雇员、股东、社会团体等建立良好的合作关系,为企业的经营管理营造良好的环境。网络公共关系与传统公共关系功能类似,只不过是借助互联网作为_____和沟通渠道。

二、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

11. 人际互动

12. 网上调查

13. 关键词广告

14. 流媒体

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?

四、论述题(本题 20 分)

17. 谈谈网络广告对个性化信息的追求。

(要求:(1)论述要有论点、论据;(2)须 500 字以上)

五、案例分析(本题 30 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。其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,曾两次被中国五联网络信息中心(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,其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!

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

试卷代号:1236

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2015年春季学期“开放本科”期末考试

网络广告实务 试题答题纸(开卷)

2015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)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

| 得分 | 评卷人 |
|----|-----|
| | |

二、名词解释(每小题5分,共20分)

- 11.
- 12.
- 13.
- 14.

试卷代号:1236

国家开放大学(中央广播电视大学)2015年春季学期“开放本科”期末考试

网络广告实务 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2015年7月

一、填空题(每小题1分,共10分)

1. 规范
2. 复制
3. 单选式
4. 总和
5. 规范化
6. 点击
7. 人
8. 经营
9. 市场调研
10. 媒体

二、名词解释(每小题5分,共20分)

11. 人际互动也可称人际交流,它是指网民个体之间的信息交流活动,在网络社区中属于最直观、最常见、最丰富的互动现象。网上的“人际交流”不仅反映出网民相互交流的基本需求,而且也呈现出网络媒介的互动性。网络信息流最初的形成靠的就是人际互动。

12. 网上调查又称为联机市场调查。它是通过网络进行的有系统、有计划、有组织的收集、调查、记录、整理、分析有关产品、劳务、广告及市场等信息,客观地测定及评价、发现各种现象和事实,用以解决市场营销的有关问题,并可作为各项营销决策的依据。

13. 关键词广告也可称为搜索引擎广告、付费搜索引擎关键词广告等。关键词广告让付费公司有权根据用户在搜索引擎上输入的查询关键词,在查询结果中刊登自己的广告。现在那些主要的搜索引擎,不论是 Google、雅虎、美国在线,还是微软的 MSN,都对外出售关键词,因此关键词广告(AdWords)是最有影响力的付费搜索引擎营销方法之一。

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的可交互性,通过实时智能行销方式驱动客户访问目标网站。(4分)

(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分)

(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。(3分)

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)诱饵广告即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分)

(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。(2分)

(3)滥用名人肖像的广告,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。(2分)

(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。(2分)

(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。(2分)

四、论述题(本题 20 分)

17. 论题:谈谈网络广告对个性化信息的追求。(要求:(1)论述要有论点、论据;(2)须 500 字以上)

彰显个性、表现自我是时尚的重要内涵和目的。借助于网络寻找个人需要、感兴趣的信息,是网民的主要网络动机。对商品广告信息的主动搜索一直是网民对电子商务网站、企业品牌网站和综合网站中分类广告的使用态度;网站可以向付费的目标网民提供信息定制服务;通

过免费邮箱申请和会员注册,网民可以收到需要的各类电子邮件广告信息;定向广告发布技术可以使广告只呈现在潜在目标消费者的屏幕中;通过“点击”,网民自由选择广告交流,甚至可以直接参加广告创作活动来增强广告的个人色彩。“许可行销”理论认为,“许可行销”必须在预期之中满足个人需求,并且有关联性。随着制作与发布个性化广告信息环境的逐渐成熟,人性化广告服务成为网络广告传播的特色优势,也是网民在传统媒体广告传播中难以真正享受到的最高礼遇。

五、案例分析(本题 30 分)

18. (1)要求:从网络广告的创意技巧和表现方式角度写出分析文字,以 300~500 字为限。

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,其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。

(2)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,如观点鲜明,思路清晰,无逻辑冲突,文字通顺,可酌情给予高分。