

试卷代号:1245

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

## 中外广告史 试题(开卷)

2015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题中的括号内)

1. 从广告分类上看,我国各朝代的“策书”可以看作是早期的( )。  
A. 政治广告  
B. 公文广告  
C. 社会广告  
D. 经济广告
2. 闹市中的茶馆,高悬一面写有“茶”字的旗帜,这属于一种( )。  
A. 实物广告  
B. 招牌广告  
C. 悬帜广告  
D. 悬物广告
3. 商业对联广告的主要流行期是( )。  
A. 隋唐时期  
B. 宋元时期  
C. 明清时期  
D. 新中国成立后
4. 旧中国历史最久的中文报纸是( )。  
A. 《万国公报》  
B. 《申报》  
C. 《新闻报》  
D. 《内阁官报》
5. 我国第一座电视台是( )。  
A. 北京电视台  
B. 广州电视台  
C. 上海电视台  
D. 天津电视台



15. 1729年,被称为美国广告业之父的( )创办了《宾夕法尼亚日报》。

- A. 帕尔默
- B. 路威尔
- C. 富兰克林
- D. 艾尔

16. 在19世纪中叶的一段时间,广告代理商经历了( )的演变过程。

- A. 版面买卖人→报商代理人→版面批发商
- B. 报商代理人→版面买卖人→版面批发商
- C. 版面买卖人→版面批发商→报商代理人
- D. 报商代理人→版面批发商→版面买卖人

17. 英国管理广告政府机构是( )。

- A. 英国广告人联合会
- B. 英国广告标准管理局
- C. 英国广告商协会
- D. 独立广播局

18. 以下专为广告导演所设的奖项是( )。

- A. 广告片凯撒奖
- B. 艺术指导俱乐部奖
- C. 商校大奖
- D. 戛纳国际广告节

19. 国际广告协会的总部设在( )。

- A. 美国纽约
- B. 英国伦敦
- C. 法国巴黎
- D. 日本东京

20. 国际上比较流行的广告代理制度有商品细分广告代理制度与媒介细分广告代理制度,其中,前一种以( )为代表。

- A. 美国
- B. 法国
- C. 英国
- D. 日本

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入括号中,多选、漏选或错选均不得分)

21. 以下反映了口头广告形式的是( )。

- A. 古希腊城堡中人们贩售奴隶、牲畜的叫卖声
- B. 周人卖饧吹箫
- C. 《楚辞·天问》中描述的姜太公“鼓刀扬声”招揽生意
- D. 韦应物在《酒肆行》中描述的“碧流玲珑含春风,银题彩帜邀上客”

22. 以下关于《邸报》的说法正确的是( )。

- A. 《邸报》是我国最早的报纸
- B. 《邸报》由民间主办,刊登行情物价等信息
- C. 《邸报》由官方主办,发布皇帝的诏书、命令等消息
- D. 清朝将《邸报》改为了《京报》

23. 鸦片战争前后广告活动的主要特点表现为( )。
- A. 民族产品的广告占据主要地位
  - B. 洋货广告占据主要地位
  - C. 广告水平的地区差异大
  - D. 报刊广告媒介与传统广告媒介并存
24. 以下关于我国“文革”时期广告特点正确的是( )。
- A. 所有的商品广告基本停顿
  - B. 户外广告备受摧残
  - C. 许多传统的老字号、牌匾被当作“封、资、修的黑货”砸烂
  - D. 橱窗广告大放异彩
25. 广告代理制实施的意义是( )。
- A. 给广告公司创造了有利的外部条件
  - B. 有效地推动了广告公司素质的提高
  - C. 促使媒介单位改进广告发布效果
  - D. 促使广告客户的广告意识普遍得到增强
26. 20世纪70年代,我国台湾地区广告业与国外广告界的交流方式主要是( )。
- A. 资金合作
  - B. 合资
  - C. 技术交流
  - D. 业务合作
27. 公元1450年以前,外国广告的主要形式有( )。
- A. 叫卖广告
  - B. 实物广告
  - C. 印刷广告
  - D. 商标字号广告
28. 以下关于美国广告法规的说法正确的是( )。
- A. 目前美国已有独立完整的广告法典
  - B. 目前美国没有一部独立完整的广告法典
  - C. 美国目前使用的统一的广告法典是《普令泰因克广告法草案》
  - D. 美国目前对广告的管理内容散见于宪法、法律和其他行政法规中
29. 以下属于法国举办的广告评奖活动有( )。
- A. 广告饕餮之夜
  - B. 广告片凯撒奖
  - C. 商校大奖
  - D. 戛纳广告奖
30. 高科技发展对广告业的促进反映在( )方面。
- A. 广告调查手段
  - B. 广告的营销活动
  - C. 广告组织管理
  - D. 媒介技术

得 分	评卷人

三、名词解释(共 3 道题,每小题 4 分,共 12 分)

31. 传真广告
32. 国际广告协会
33. “AE”制

得 分	评卷人

四、简答题(共 3 道题,每题 10 分,共 30 分)

34. 简述我国在春秋时期及其以前(奴隶制社会),经济广告的主要形式及其特征。
35. 建国初期(国民经济恢复时期),我国广告工作的发展集中表现在哪几个方面?
36. 美国政府广告管理的重点有哪些内容?

得 分	评卷人

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

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

## 中外广告史 试题答案及评分标准(开卷)

(供参考)

2015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题中的括号内)

- |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. C  | 2. C  | 3. C  | 4. B  | 5. A  |
| 6. B  | 7. C  | 8. B  | 9. A  | 10. D |
| 11. D | 12. A | 13. D | 14. D | 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入括号中,多选、漏选或错选均不得分)

- |        |         |         |          |          |
|--------|---------|---------|----------|----------|
| 21. AC | 22. ACD | 23. BCD | 24. ABC  | 25. ABCD |
| 26. CD | 27. ABD | 28. BD  | 29. ABCD | 30. ABCD |

三、名词解释(共3道题,每小题4分,共12分)

31. 传真广告,是指通过传真机来扩散广告宣传品的广告。

32. 国际广告协会,简称IAA,成立于1938年,是当今世界上最大的和最具有权威的国际广告团体,总部设在纽约。它是由各国广告界知名人士组成的非营利性组织。

33. 所谓“AE”制,是指广告公司执行广告业务的具体负责人,多数实行一个商品一个AE。AE既是这一商品广告组织实施的负责人,也是广告主企业的代表。

四、简答题(共3道题,每题10分,共30分)

34. 答案要点:

我国在春秋时期及其以前(奴隶制社会),在商品交换活动中出现的经济广告形式及其特征如下:

(1)口头广告:是适应物物交换的需要产生的,要换什么东西,用什么东西换需要口头叫喊让人们知道;(3分)

(2)实物广告:将要换的东西陈列出来;(3分)

(3)标记广告:最初在商品上刻上标记,后逐渐形成商业标记;(2分)

(4)“行商”与“坐贾”的广告形式:“行商”走街串巷叫卖,“坐贾”有固定营业场所,利用幌子、招牌来招徕顾客。(2分)

35. 答案要点:

建国初期,我国广告工作的发展集中表现在以下四个方面:

- (1)颁布新的广告管理法规;(3分)
- (2)加强对广告行业的领导;(3分)
- (3)重视发挥广播广告的作用;(2分)
- (4)发展实用性的广告传播形式。(2分)

36. 答案要点:

美国政府管理广告的重点包括如下内容:

- (1)欺骗性价格广告;(2分)
- (2)不实或虚假质量声称;(2分)
- (3)引诱性广告;(2分)
- (4)不实证词广告;(2分)
- (5)欺骗性表演。(2分)

## 五、论述题(本题 18 分)

37. 要点提示:

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)

评判提示:可依据以上要点进行评判,若学生能根据自己的理解提出其他观点,且言之有理,亦可酌情给分。