

试卷代号:1236

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年春季学期“开放本科”期末考试

网络广告实务 试题(开卷)

2016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. 互联网在实体上并不是具有单一结构的电脑互联网,它是世界范围内各种各样、形形色色的电脑互联网的全集合,迄今为止还没有人和机构能完全_____它或控制它。

2. 信息循环指的是信息在经过当下的发布后,以某种形式长期驻存在互联网空间,并且不断地_____以得到循环利用。

3. 网络广告调查的特征:突破时空界限、主动性、_____、更改及时和统计数据准确、标准化程度高。

4. 网络经济一般认为可以分为四个层面:网络设备与设施、网络应用、网络中介、_____。广义的网络包括电视网、电信网及网络在内的一切现代信息传输网络。

5. 2006年—2007年,传统的网络广告模式已经不能满足客户的需求,于是各种网络广告模式百花齐放,而网络广告_____也成为了资本的宠儿。

6. 热点诉求具有较强的_____,要求我们及时掌握网络传播动态,与时俱进。

7. 在处理画面与文字时,如果画面中的景、物、人是动的,文字就最好不要动;如果文字是动的,_____应该保持相对稳定。

8. 网络广告是网络媒体的主要收费来源。网络媒体也是经济组织,以_____为目的。网络广告、网络游戏、短信收入等是网站主要收入来源。

9. 广告公司的网络广告经营发展与_____的发展密不可分。

10. 根据广告公司代理网络广告的范围和自身_____的不同,经营模式也有所差别。

二、名词解释(每小题5分,共20分)

11. 软件调查法

12. 自由行动导向

13. 信息流

14. 互动营销

三、问答题(每小题10分,共20分)

15. 网络广告应该如何与传统媒体进行组合才能达到好的效果?

16. 什么是网络广告的游戏策略?

四、论述题(本题20分)

17. 为什么在网络广告互动创意技巧中特别强调链式文案诉求?

(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. 网络广告案例:

青岛啤酒网络广告



广告背景

在 100 多年的时间里,如同奥运的发展步伐一样,青岛啤酒在世界各地生根发芽,被称为“中国啤酒”。在历史的变迁中,没有改变的是青岛啤酒对品质的追求和对事业的执著。结缘奥运无疑让青岛啤酒的未来国际化之路走得更远。青岛啤酒一直在寻找宣泄百年激情的时刻。08 奥运不仅让中华民族圆了百年奥运梦,也让青岛啤酒圆了激情之梦!“激情成就梦想,激情铸就辉煌”。相信青岛啤酒一定乘着奥运的风帆,在国际市场中越走越远,成为中国的骄傲。

本则广告开始播放,网页中间被撕开并出现无数鼠标点击小手,纷纷指向“另一个奥运激情世界——青岛啤酒”。吸引观看者点击这则网络广告。网络广告的整体感觉非常符合当前奥运的大背景,成功的利用互动通成熟的富媒体技术完美的将青岛啤酒和奥运紧密结合在一起,依托奥运做了品牌宣传。

(1)iCast 浮层形式是富媒体广告中最具冲击力,也是应用最广泛的形式之一。生动的创意加上活泼的画面让人很难抗拒。本网络广告以富媒体浮层为表现形式,整体基调轻松活泼,

不失为一道视觉大餐。绿色为本则广告的主色调,在炎热的夏季给人一种清爽的感觉。本则广告整合了文字、图片、FLASH等,给受众一种全新的视觉盛宴,炎热的夏天点缀一丝绿色,使受众有一种清爽与舒适的感觉,和产品的特性相匹配,达到良好的信息传达效果。

(2)在网页背景改版为宽频后,原有对联位置变窄,但互动通依旧巧妙运用此位置作为广告回收位,有效展示广告主品牌信息的同时,当鼠标点击则会变成正常状态并再次展示这则网络广告信息及重播按钮,吸引观众重新点击观看。

(3)在浮层的左上角,青岛啤酒作为08奥运合作伙伴的logo一直得以展示,整个广告以奥运为主题,依托奥运这个大背景,成功进行了奥运营销。

互动性与趣味性:

(1)当时08奥运近在咫尺,网络上铺天盖地的奥运新闻。本则网络广告投放在了搜狐的新闻频道。对于关注奥运信息的用户一定会注意到本则广告,而且可以随时点击主题页面进行观看。有着非常好的互动效果。

(2)本则网络广告将奥运的因素展现得淋漓尽致,尤其在广告的最后,多名奥运明星一起出现,共同为奥运干杯,阵容强大,紧扣主题。

总体评价:

优秀的品牌一定要借助适合的宣传方式才能够达到更加良好的宣传效果。青岛啤酒总裁金志国曾经说过:“啤酒和体育一样,是一种激情文化,二者可以紧密结合。”如今,在互动通成熟的富媒体技术的帮助下,成功的为青岛啤酒打造出一个与奥运激情、奥运梦想如此吻合的精彩广告,收到了传统的网络广告无法比拟的效果。为青岛啤酒的奥运战略做了有效的宣传。

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)2016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)

2016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. _____

试卷代号:1236

国家开放大学(中央广播电视大学)2016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)

2016年7月

一、填空题(每小题1分,共10分)

1. 拥有
2. 流动
3. 方便快捷
4. 网络商务
5. 代理公司
6. 时间性
7. 画面
8. 盈利
9. 网络广告
10. 定位

二、名词解释(每小题5分,共20分)

11. 软件调查法指网络媒介利用软件在网上对受众的身份、活动进行调查。它可以调查受众的身份、IP地址、电子信箱地址、上网习惯和爱好、使用媒介的情况等多种信息。其大致分为两种:服务器软件调查法和Cookie技术跟踪法。

12. 自由行动导向指在引导网民参与广告信息传播的活动中,以个体自愿、自主为出发点,以人性化的、坦诚的沟通策略为核心,创作网民拥有自由选择是否参与号召行动的文案。

13. 信息流是指那些由“初始”信息构成的自然流动的状态。

14. 互动营销,是指企业在营销过程中充分利用消费者的意见和建议,用于产品的规划和设计,为企业的市场运作服务。企业的目的就是尽可能生产消费者需求的产品,但企业只有与消费者进行充分的沟通 and 理解,才会有真正适销对路的商品。互动营销的实质就是充分考虑消费者的实际需求,切实实现商品的实用性。

三、问答题(每小题 10 分,共 20 分)

15. 网络广告应该如何与传统媒体进行组合才能达到好的效果?

(1)网络媒体与电视媒体的组合。作为传统广告主流的电视广告,其广告影响是非常巨大的,因此网络广告与电视广告进行组合,将更加能够发挥出超强的广告效果。许多网站在刚问世的时候,都会选择电视广告来迅速打响知名度,然后随着网站的知名度不断提高,广告形式逐渐以网络广告为主,电视广告作为配合。电视的高普及率决定其巨大的传播价值。(4分)

(2)网络媒体与广播媒体的组合。广播虽然被许多广告主认为是一个不起眼的广告媒体,但实际上其广告效应还是相当不错的,据最新调查,广播在大学生获取信息时占有相当大的比重,同时这部分年轻一族也是网络媒体的主要网民,网络媒体与广播的组合可以有效强化传播效果。(3分)

(3)网络媒体与报纸媒体的组合。报纸是一个信息量比较大的媒体,阅读报纸是人们的生活方式。网络广告与报纸广告的组合搭配,更能提升广告总体效应。(3分)

16. 什么是网络广告的游戏策略?

游戏策略即以娱乐为诱因,以互动游戏为载体,在受众参与的过程中传播广告讯息,从而达到潜移默化诉求的广告效果。网络互动、自主的传播特性,使受众可以只“点击”他们感兴趣的广告,这要求网络广告更加具有服务性,或娱乐性,或两者兼备,只有这样,才能增强网络广告的黏合力和吸引力。(4分)

按照广告内容和游戏的融合程度,游戏策略分成两个层面:

(1)在网站提供的免费游戏的开头、中间、结尾,或游戏的四周发布广告。品牌(产品)特性与游戏内容无明显关联。广告成为“免费游戏”的“附带条件”,由于受众比较投入,对广告的注意值也较高。但是发布环境与广告主题关联性不强,要靠足够的重复才能够发生效果。(3分)

(2)用互动游戏技术,将品牌(产品)讯息嵌入游戏环境当中,通过网民的互动游戏,产生更强的说服效果。可以特别定制,也可以改编已有的游戏。(3分)

四、论述题(本题 20 分)

17. 论题:为什么在网络广告互动创意技巧中特别强调链式文案诉求?(要求:(1)论述要有论点、论据;(2)须 500 字以上)

围绕同一广告主题诉求,利用网民的瞬时记忆规律,多个片段式短文案“链接成”完整的长文案,从而达到深度诉求效果。每个文案一般不能独立完成诉求,各句之间环环相扣,缺一不

可,逻辑关系非常强。网络阅读容易疲劳,网络广告面积比较小,因此,在网民普遍的“链接式”阅读心理状态下,网络广告文案诉求,特别是引导式文案应该句式短而意未穷,通过层层诱导,使网民对广告由无意接触转为主动参与交流。比如飞利浦纯平彩电旗帜广告的三帧画面中,第一句文案是“未来电视处在动感的时代”,明确提出电视的消费潮流主张,以此与目标高端消费群体认同和共鸣;接后两句为“拥有飞利浦纯平彩电,确保画面动感流畅”、“及 100HZ 数码扫描,确保观看舒适”,分别作出产品利益承诺和技术支持理由。三句文字连续出现,自动组合为整体,一气呵成,使人产生信服。

链式文案诉求的突出特点是瞬时组合连接,多层信息的递进式传播更能符合网民的急切求知心态和求知逻辑。实施时要确保句与句之间清晰、严密的逻辑关系,第一句要与后面的文案保持内在的内容关联,否则,断裂式文案使人不知所云。

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。

iCast 浮层形式是富媒体广告中最具冲击力,也是应用最广泛的形式之一。生动的创意加上活泼的画面让人很难抗拒。本网络广告以富媒体浮层为表现形式,整体基调轻松活泼,不失为一道视觉大餐。绿色为本则广告的主色调,在炎热的夏季给人一种清爽的感觉。本则广告整合了文字、图片、FLASH 等,给受众一种全新的视觉盛宴,炎热的夏天点缀一丝绿色,使受众有一种清爽与舒适的感觉,和产品的特性相匹配,达到良好的信息传达效果。

在网页背景改版为宽频后,原有对联位置变窄,但互动通依旧巧妙运用此位置作为广告回收位,有效展示广告主品牌信息的同时,当鼠标点击则会变成正常状态并再次展示这则网络广告信息及重播按钮,吸引观众点击重新观看。

在浮层的左上角,青岛啤酒作为 08 奥运合作伙伴的 logo 一直得以展示,整个广告以奥运为主题,依托奥运这个大背景,成功进行了奥运营销。

从其互动性与趣味性:08 奥运近在咫尺,网络上铺天盖地的奥运新闻。本则网络广告放在了搜狐的新闻频道。对于关注奥运信息的用户一定会注意到本则广告,而且可以随时点击主题页面进行观看。有着非常好的互动效果。

本则网络广告将奥运的因素展现得淋漓尽致,尤其在广告的最后,多名奥运明星一起出现,共同为奥运干杯,阵容强大,紧扣主题。优秀的品牌一定要借助适合的宣传方式才能够达到更加良好的宣传效果。青岛啤酒总裁金志国曾经说过:“啤酒和体育一样,是一种激情文化,

二者可以紧密结合。”如今,在富媒体技术的帮助下,通过网络的互动方式,成功的为青岛啤酒打造出一个与奥运激情、奥运梦想如此吻合的精彩的广告,收到了传统的网络广告无法比拟的效果。为青岛啤酒的奥运战略做了有效的宣传。

(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。