

中国传媒大学2004年广告媒介考研复试题 PDF转换可能丢失  
图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/112/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_9B\\_BD\\_E4\\_BC\\_A0\\_E5\\_c73\\_112063.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/112/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BD_E4_BC_A0_E5_c73_112063.htm) 一、名解：广告干扰度、发行量、整合营销传播、媒介产业化、二、简答：产品生命周期对媒介策略的影响。从广告角度看报纸与广播的特性。隐藏：来源：www.examda.com 三、论述：从媒介评估的角度看“世界杯”的电视转播广告价值。根据材料回答(材料略，不记得拉)：媒介集团、媒介集团的特点、评价中国媒介集团的发展。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)