

“广告学（二）”第七章知识点 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/153/2021_2022__E2_80_9C_E5_B9_BF_E5_91_8A_E5_c67_153601.htm 第七章 广告媒介P190

一。广告媒介的发展趋势（领会）P190

二。广告媒介在广告信息传播中的功能传播功能，吸引功能，适应功能。

三。报纸的特点（识记）P197

优点：1.传播面广，读者稳定2.时效性强，传播迅速3.版面灵活，制作简易。4.阅读方便，可以保存5.享有威信，效果显著6.费用低廉

缺点：1.有效时间短2.注意力差3.单调呆板4.要求受众具备一定的文化水平。

四。杂志的特点（识记）P200

优点：1.读者集中稳定，针对性强2.反复阅读，有效期长3.广告对象的理解度高4.印刷精美。5.广告效果容易测定

缺点：1.周期性长，灵活性差2.篇幅少，广告运用受限制3.专门性强，阅读范围受到限制。4.制作复杂，成本较高。

五。广播的特点。（识记）P201

优点：1.迅速及时，覆盖面广2.收听方便，全天播音3.以声传情，富感染力4.灵活性高，受众广泛5.制作费用低廉，播价格便宜。

缺点：1.信息稍纵即逝，无法保留2.难以传播抽象信息。3.有声无形，影响效果。

六。电视的特点。（识记）P203

优点：1.覆盖面广，收视率高2.视听结合，感染力强3.传播迅速，时空性强4.表现手段灵活多样

缺点：1.时间短暂，难以保存2.制作复杂，收费昂贵3.难以传播抽象信息4.受众被动接受，影响传播效果。

七。户外广告媒介的特点（识记）

优点：1.信息集中，形象突出2.信息传播不受时空限制3.区域性强，提醒消费。4.美化城市，美化环境。

缺点：1.花费巨大2.理想地点难寻，受众接触范围小3.容易遭受损坏，使用期限有限4.受众注意较粗略。

八。现

场广告媒介的特点（识记）P210优点：1.自主性2.多样性3.直观性九。主要的现场广告媒介种类橱窗，商店，展销场所十。现场广告媒介的功能1.提醒或唤起消费2.改变购买动机3.树立商店形象4.制造营销气氛十一。直邮广告媒介的特点（识记）P2121.自主性2.直接性3.非公开性4.灵活性十二。网络广告媒介的特点（识记）优点：1.更有利于与目标消费者的沟通2.更有利于获取理想的广告效果3.融合了传统广告媒介的优点4.与现今的朝阳产业有着天然联系5.价格相对低廉，特别有利于中小企业开发 缺点：1.必须通过计算机联网才能接触到网络广告，除了不够方便艰外，还有操作者计算机以及语言的限制，重复率不足，到达群体有限。2.硬件环境，如网络普及程度，线路畅通程度，数据传输速度等，限制了网络广告的效果发挥。3.广告效果主要是通过点击次数来测评，但点击数的真实性亦难以保证。4.网络管理尚不健全，收费标准不尽合理，统一。5.对网民来说，上网费用是一笔可观的开支，这在一定程度上限制了受众对网络广告的接触。十三。网络广告的表现形式横幅广告（动态传送广告，扩张式广告，互动式广告）2.图标广告3.赞助广告4.插页广告5.首页广告和内页广告6.邮件广告。二.广告社会效果测定的方法。(领会) P292-----主要采用两种方法:事前测定和事后测定.

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