

厦门大学：2002年《新闻学》考研试题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/215/2021_2022__E5_8E_A6_E9_97_A8_E5_A4_A7_E5_c73_215650.htm 一、名词解释(10分)

1、广告创意嫁接2、产品定位3、脑波理论4、企业传播5、品牌比附定位策略 二、简答题(40分) 1、简述对“广告策划”概念的不同理解？ 2、谈谈广告效果的评估标准？ 3、简述网络广告的主要形式及其特点？ 4、如果产品本身没有卖点，该如何发展USP？ 三、论述题(50分) 1、如果某个品牌的方便面把大学生作为自己的目标市场之一，应该如何进行产品定位，进而如何作有效的目标沟通(包括广告、促销和公共关系)？试提出你的方案设想。(15分) 2、请列举一个你认为最失败的名人广告案例，并分析其原因。(15分) 3、1879年的一天，因为P 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