

全国2009年10月高等教育自学考试广告学（一）试题自考

PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022__E5_85_A8_E5_9B_BD2009_c67_646607.htm

全国2009年10月高等教育自学考试广告学（一）试题课程代码：00181

一、单项选择题(本大题共20小题，每小题1分，共20分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1．20世纪初，市场学诞生于（ ）

A．英国 B．德国 C．美国 D．日本

2．下列广告形式中，受众对象最明确、针对性最强的是（ ）

A．报纸广告 B．书刊广告 C．电视广告 D．户外广告

3．“禹铸九鼎，以示天下”表明在当时已经出现的广告形式是（ ）

A．政治广告 B．口头广告 C．社会广告 D．商品广告

4．当产品销售增长率降到零以下时，商品进入（ ）

A．介绍期 B．成长期 C．成熟期 D．衰退期

5．1987年，在北京召开了（ ）

A．国际广告大会 B．第三世界广告大会 C．国际广告工作者会议 D．第三世界广告工作者会议

6．以产品的质量、价格、适用程度、生命周期等为基本内容的调查是（ ）

A．社会基本情况调查 B．企业情况调查 C．产品情况调查 D．市场供求现状调查

7．广告决策从实际出发的原则是（ ）

A．广告决策要解决企业经营中所有的实际问题 B．广告决策要注重时效性 C．广告决策要建立在需要和可能的基础上 D．广告决策必须能为企业带来经济效益

8．用公式“广告费用= x 本年产品计划销售数量”来决定广告费用的方法是（ ）

A．力所能及法 B．销售百分比法 C．目标达成法 D．销售单位法

9．在广告决策本、量、利分析基本公式S=中，r表示（ ）

A．固定成本 B．

单位产品变动成本C．单位产品价格D．单位产品税金10．企业销售广告策略最为直接的目的是（ ）A．提高产品的销售量 B．提高产品的知名度 C．提高产品的美誉度 D．提升产品的形象11．一般来说，信誉竞争主要适用于（ ）A．新企业 B．信誉低的企业 C．尚无信誉的企业 D．信誉高的企业12．在对调查对象进行全面分析的基础上选择有代表性的对象进行调查，这种方法是（ ）A．全面调查 B．重点调查 C．抽样调查 D．典型调查13．某电扇的广告语“赶走热辣辣的暑气，享受凉浸浸的滋味”运用的修辞手法是（ ）A．夸张 B．对照 C．比拟 D．双关14．在特定的语言环境中，使某些词语或句子获得明暗双重意义的修辞方式是（ ）A．对照 B．双关 C．对比 D．夸张15．衡量广告艺术作品水平的首要标准是（ ）A．内涵的深度 B．艺术手法的难度 C．经济效益 D．独创性16．广告画面设计要充分利用（ ）A．视觉传达的原理 B．商品的吸引力 C．故事情节 D．消费者需求17．下列属于广告摄影技巧的是（ ）A．摄前准备 B．语言编排 C．暗室技术 D．环境设置18．询问式邮寄广告通常使用的方法是（ ）A．彩色印刷 B．诗歌语言 C．奖励消费者回答问题 D．人物形象19．下列属于广告监督管理机构职能的是（ ）A．广告行业经营 B．广告经营登记 C．广告设计制作 D．广告内容指导20．我国目前对卷烟广告的发布（ ）A．尚无明确限制 B．有明确的限制规定 C．由各地地方法规处理 D．一律禁止

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