

全国2009年10月高等教育自学考试广告学(二)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\\_646608.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/646/2021_2022__E5_85_A8_E5_9B_BD2009_c67_646608.htm) 全国2009年10月高等教育自学考试广告学(二)试题课程代码：00853

一、单项选择题(本大题共10小题，每小题1分，共10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.下列关于广告的定义说法错误的是( )A.从宣传角度来看，广告是一种宣传手段B.从营销角度来看，广告是营销的尖兵C.从心理学角度来看，广告是说服的艺术D.从艺术角度来看，广告创造真实

2.广告得以产生并发展的直接原因是( )A.广告传播有用的信息B.广告繁荣了社会文化生活和体育事业C.广告对经济和商业，或者说对市场带来的效应D.广告有助于公益事业的发展

3.杨抚生在上海金陵路开设的“鹤鸣鞋店”独具匠心地采用“天下第一厚皮”为广告语，这种创意非凡的中国广告发生在( )A.20世纪20年代 B.20世纪30年代C.20世纪40年代 D.20世纪50年代

4.1914年，美国“发行稽查局”的出现对于广告管理意义重大，它的职能是( )A.核实报纸、杂志的发行数量，制定广告收费标准B.对广告主资格进行审查C.审查广告内容有无隐瞒事实真相或随意虚构、夸大的成分D.对广告表现内容的语言文字、画面、声音等广告表现形式的真实性与合法性进行审查

5.广告知觉中对广告心理研究意义最大的是( )A.理解性 B.概括性 C.选择性 D.相对性

6.我国现代广告事业必须遵循各种原则，以下错误的是( )A.真实性原则 B.节约性原则 C.艺术性原则 D.政策性原则

7.我国广告审查制度正式建立于( )A.1991年12

月 B.1993年1月 C.1995年2月 D.1996年2月8.被广告历史学家称为“现代广告公司的先驱”的广告公司是( )A.艾尔父子广告公司 B.罗威尔广告公司C.帕尔默广告公司 D.雷纳德广告公司9.在广告信息传播过程中，广告的效果最终要体现在广告的( )A.传播效果 B.社会效果C.销售效果 D.长期效果10.POP广告指的是( )A.直接媒介广告 B.户外媒介广告 C.特种媒介广告 D.售点广告 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)