

2008 年深圳大学硕士生入学考试初试试题

科目：广告学

一、名词解释：（每个 3 分，共 18 分）

行为细分 品牌资产 倡导型广告 倒 U 形销售曲线 绿色营销 脉动式媒体投放

二、简答题：（每题 12 分，共 72 分）

1、举例说明消费者选择性感知的过程，广告商如何采取适当的广告诉求来影响消费者的选择性感知偏向？

2、试比较三种以上的消费者反应层次模型。

3、解释直接营销的优点和缺点，并展望直接营销的前景。

4、列举销售促进的类型，说明销售促进和广告的关系。

5、进行有效的广告测试的必要条件有哪些？

6、全球化营销战略和广告计划对于一个公司具有何种优点？

三、两个案例分析（每个案例 30 分，共 60 分）

第一案例（略）：（关于**钙的品牌事件）

问题：

1、企业应当如何对待品牌资产？

2、企业应当如何应对公共信任危机？

3、企业应当如何利用媒体？

4、企业应当如何遵循行业标准、广告法规和传播伦理？

第二案例（略）：（关于空中网和 NBA 共同合作推出 NBA 手机官方网站的事件）

问题：

1、在新的媒体时代，广告的生存基础是什么？广告将如何组成价值链和营销链？

2、网络、体育、广告、信息的联合说明了什么？

3、无线网络的发展趋势如何？在不久的将来，网络广告市场将会发生什么竞争和变化？