

深圳大学 2011 年硕士研究生入学考试初试试题

(答题必须写在答题纸上, 写在本试题纸上无效)

专业: 传播学

考试科目代码: 902 考试科目名称: 广告学

本套试题总分 150 分, 考试时间 180 分钟

一. 名词解释 (本题共 5 道小题, 每题 4 分, 共 20 分)

1. 需求层次理论
2. 终端广告
3. 符号消费
4. 广告口号
5. CIS 系统

二. 简答题 (本题共 4 小题, 每题 10 分, 共 40 分)

1. 何为比较广告, 并分析其优点和缺点。
2. 举例说明你对 ROI 理论的理解。
3. 为什么说发展数据库是整合营销传播策划的基础?
4. 结合案例, 简述三种体验营销策略。

三. 论述题 (本题共 1 题, 总分 30 分)

全球第一大广告传播集团 WPP 之所以在短短 18 年的时间里成为了世界做得最好、盈利最大、利润也是最高的广告传媒集团, 其秘诀就是资本运作。WPP 最大的特点是在收购的时候, 一定是收购行业里最好的广告公司。

2002 年 10 月, WPP 并购了广东一家本土公关公司——博雅公关, 吹响了进军中国市场的第一声号角。2007 年 1 月 17 日, WPP 收购中国最优秀的地产专业广告公司黑弧广告。近几年来, 以 WPP 为代表的跨国广告巨头并购中国广告公司的大戏高潮迭起。

2010 年 9 月 1 日, 在德邦证券主办的“中国广告企业上市与发展”研讨会上, 来自中国广告业协会、深圳证券交易所以及资本市场的多位业内人士表示, 借助中国目前已经构成的多层次资本市场, 为中国广告行业发展提供资本动力, 已经成为广告行业企业的良好发展机遇。资本市场将成为中国广告业发展突破新途径。

2010年5月，国内首家以广告业为主业的省广股份登陆深交所中小企业板。对此，中国广告业协会会长李东生认为，这为国内广告行业做到又好又快、跨越式创新发展提供了一个新的视角。

结合以上材料，请你论述：

- 1、如何认识以 WPP 为代表的跨国广告巨头对中国广告公司的并购现象？（15 分）
- 2、为什么说资本市场将成为中国广告业发展突破的新途径？（15 分）

四. 案例分析题（本题共 1 题，总分 30 分）

“七匹狼”是中国著名的男装品牌。2002 年，齐秦出任“七匹狼”代言人，当时的广告口号是“与狼共舞，尽显英雄本色”。2008 年，“七匹狼”电视广告展示了男人的“征服面”、“领袖面”、“孤独面”、“英雄面”、“自豪面”、“慷慨面”、“慈父面”、“温柔面”，当时的广告口号是“男人不止一面”。2010 年“七匹狼”使用张震、孙红雷、张涵予、胡军、陆川作为品牌的代言人，并且使用“追逐人生，男人不止一面”这一广告口号。

结合“七匹狼”广告口号与代言人策略分析“七匹狼”的品牌内涵和广告策略发生了怎样的演变。必要时，可以补充相关事实进行分析。

五. 广告写作及创意题（本题共 1 题，总分 30 分）

请认真阅读下段文字，并回答相应的问题

NOOKA 是一家来自纽约，由艺术家兼设计师 Matthew Waldman 创立的时尚产品公司，一家以设计各种时尚配饰而出名的公司。虽然钟表类产品是他们的代表作，但 NOOKA 正在扩大他们的产品领域，目前正在创立一个富含创新精神的配件与香氛系列产品的 Mindstyle 品牌。

2009 年夏季，NOOKA 引入了有别于其钟表产品线的一个新系列——Mindstyle，包含腕带，记事本和香氛产品等。这些产品的灵感都来自于品牌的一贯的主张——强调设计过程的一种全球化沟通语言。腕带和记事本都利用了取自于颇受好评的 Zub 系列产品的类似材料制作而成。此外，NOOKA 香氛是一款为了表达强烈的未来感与品牌价值而独身定制的产品。其精髓融合了天然元素与人工调制的香调；完全定制的宝石切割瓶身设计体现了 NOOKA 品牌理念中的未来主义概念。

当前品牌定位：

乌托邦，未来主义，充满激情与性感，NOOKA 正通过对其产品设计的形式感和时尚感，

再次点燃对未来的热切期望。此刻，NOOKA 扮演的是一个积极进取的时尚配饰品牌，时刻展望未来，正不断创造独特而富有创意的产品。作为一个在全球 30 多个国家销售产品的公司，NOOKA 已经被视为一个全球化的品牌。这也正是我们的产品要强调的特点：跨越了性别，年龄和语言。NOOKA 的 logo 是由一个代表“无限”的符号所连成的两个 O 字母的组合，强化了我们品牌的未来主义哲学，同样也表达了我們不断追求富有创新精神产品的设计理念。

目标消费者：

我们的目标消费者包含了几乎所有行业里的最时髦的人士。这些领域包括：艺术、娱乐圈、时尚产业、媒体和体育界等。我们的钟表类产品精美而又独特，特别是在外观设计上，强烈地吸引着那些拥有自己生活主张，把钟表作为代表性的时尚配饰来展现他们主张的人们。

根据上文提供的资料，完成以下的问题：

- (1) 结合你所学过的消费者洞察相关知识，请用生动形象的语言描述 NOOKA 品牌的目标消费者形象，包括描述消费者的生活形态、需求、态度、期望、欲求、担忧等。字数不超过 300 字（6 分）
- (2) 请针对重量级消费者，做出一个平面广告、一个影视广告（30 秒）的创意。平面广告内容包括：画面（如果不会画，请用文字描述）、标题、正文等。影视广告请用分镜头脚本的形式完成。（16 分）

分镜头脚本格式如下：

镜头序号	场景	画面内容	对白

- (3) 写出第（2）题中两个创意的创意简报。（8 分）