

湖北工业大学

二〇〇五年招收硕士学位研究生试卷

试卷代号 392 试卷名称 设计理论 (广告学)

试题内容不得超过画线范围，试题必须打印，图表清晰，标注准确

考生请注意：答题一律做在答题纸上，做在试卷上一律无效。

一、 填空：(每小题 10 分，共 30 分)

1. 随着现代生活节奏的加快，各种媒体技术的逐渐推广普及，置身于越来越图像化环境下的现代广告，将更加明显的呈现出以下趋势： 、 、 和 等特点。

2. 广告除了具有传播商品讯息、说服消费者购买的营销功能以外，作为一种文化载体它还同时还具有 、 、 、 等审美效果。

3. 节目收视率—— ，是测量电视受众的重要尺度。广告主往往通过推算 、 和 等指标来制定广告的媒介计划。

二、 简答：(每小题 10 分，共 30 分)

1. 请简要归纳广告公司在具体广告业务中的运作环节。
2. 请以简洁的语言描述广告学的学科建构。
3. 请简述影视广告氛围营造的主要手法。

三、 论述：(每小题 20 分，共 60 分)

1. 请阐述广告信息认知模式的主要内容，并列示典型案例加以说明。
2. 请阐述营造广告版面设计语境的审美法则，并列示典型案例加以说明。
3. 请阐述不同媒介排期模式的特点，并列示典型案例加以说明。

四、 评价：(每小题 15 分，共 30 分)

1. 你认为评价广告创意的主要依据是什么？请结合例图加以说明。
2. 如何利用趋同效应来增强广告传播效果？请结合例图加以说明。

例图：四—1



kaoyan.com

例图：四—2

