

一、名解 4X5

1. 倡导广告
2. 整合行销
3. 反类别定位
4. 深度访问
5. 轮盘模式

二、简答 15X3

1. 事件性广告策划需要注意哪些问题？
2. 论述产品定位策略
3. 公共关系与人际关系和人群关系的区别联系

三、论述 15X3

1. 试述商标、品牌和名牌的关系
2. 有人将公关上升到企业管理层次，而在广告和市场领域，公共关系往往被当作是一种促销手段，你认为企业应该？
3. 举例说明广告诉求对象和目标消费者群体的联系和区别