

2000年浙江大学传播学考研试题

一、名词解释(每题4分,共20分)

1. 媒介组合
2. 跟进者定位
3. 广告策划
4. 有效到达率
5. AE 模式

二、简答题(4题任选3题,每题10分,共30分)

1. 在广告中体现附加价值的作用
2. 广告效果的特性
3. 国际广告创意发展三阶段
4. 4C 组合的本质特征

三、分析题(20分)

品牌延伸问题是目前广告界讨论中的热点问题。请能运用有关品牌延伸的科学理论,分析海尔企业与娃哈哈企业两者所实施的品牌延伸战略,并提出自己的观点。

四、论述题(每题15分,共30分)

1. 我国广告市场中三大基本要素现存关系分析
2. 媒介产业化过程中的广告管理