

复旦大学 2008 年广告学硕士研究生试题

营销学

- 1、数字技术对营销市场的影响越来越大，结合数字时代特征，简述 WEB2.0 技术，从消费者强势、定制化、零售业变化方面加以分析。
- 2、营销渠道的作用和电子商务特点，分析网上、网下营销渠道的各自优势，如何整合使营销渠道完善
- 3、分析企业的社会责任感营销，从全球变暖、气候变化角度分析汽车行业的社会责任感营销
- 4、如何根据市场细分选择媒介，口碑传播营销越来越受关注，制定口碑传播营销的策略要求
- 5、自有品牌被中间商推出，分析中间商不厌其烦的推出自有品牌的原因，推出自有品牌对制造商的品牌有何影响

广告与公关实务

- 1、简述 T-Hunt 提出的公关传播四模型，从传播目标…未来对公关的影响角度分析
 - 2、说服影响的等级差异，简述影响大众效果的说服力以知识、态度、行为为基础
 - 3、组织与媒介的关系，如何形成良好的媒介关系
 - 4、20 世纪 60 年代，肯尼迪颁布消费者 4 项权利，简述消费者的四项权利
 - 5、VNR 在公关中运用广泛，公关人员在制作和使用 VNR 前应注意什么
 - 6、今年中国玩具被退回事件，最终以美方道歉而告终，（大略是这件事，具体的查查当时的新闻就好了）从企业与媒体角度分析，有何启发
 - 7、从国际公关角度分析材料？他们是什么公关问题？原因？解决方案
- 资料：中国商人在法国的一条街上开服装批发店，引起当地居民的反感，并且该市政府已经介入，中国在当地商业协会，拒绝提及此问题（材料很长，不全）