

2010 年辽宁大学 822 广告史与广告业务考研试题（回忆版）

本试题由 kaoyan.com 网友 yeah130 提供

一、名词解释

1. 商品细分广告代理制度
2. 广告国际化
3. 社会营销观念
4. 异类组合
5. 诱客深入式广告
6. 软文广告

二、简述

1. 成立“中华广告公会”的历史意义
2. 广告集团化对广告产业的影响
3. 简述 4Cs 理论的内涵及其不足
4. 运用实例简述广告如何突出品牌个性

三、论述题

1. 数字传播技术快速发展给广告业带来的机遇和压力
2. 菲利普·科特勒认为品牌是由五个层次的产品构成的满足消费者要求的综合体。请阐述构成品牌的五个层次，并选择你熟悉的品牌广告分析其广告策略
3. 运用传播理论阐述“话题营销”。
4. 一位广告人说：“创意能引导消费者以新的眼光去观察做广告的产品或服务”，请阐述你对此话的理解和你对创意的认识。

以上试题来自于 kaoyan.com 网友的回忆，仅供参考，纠错请发邮件至 suggest@kaoyan.com。