

2008 年中国传媒大学广告学考研试题
考研加油站收集整理 <http://www.kaoyan.com>

一、名词解释

1. 卡尔霍夫兰
2. 热媒介
3. 广告策划
4. 关联效果
5. 利害关系者
6. 随机抽样

二、简答

1. 信息、符号和讯息的区别
2. 李奥贝纳固有刺激发内容
3. 媒介计划的实施思路

三、论述

1. 大众传播效果模型的演变
2. 品牌对消费者和企业的价值

四 分析

结合当代因特网发展情况，讨论数字传播技术对广告业的影响