

2009 年中国传媒大学广告传播理论考研试题

考研加油站收集整理 <http://www.kaoyan.com>

一、名词解释：

1. 招幌
2. 约翰逊博士的广告评论
3. 古罗马时期商业广告中的职业书写人
4. 内容分析法
5. 媒介策划
6. 品牌资产

二、简答题：

1. 简述非语言符号的含义、特点及类型。
2. 简述四大传统广告形式的主要特点。
3. 简述《立报》的经营策略及其在中国报业经营中的地位。

三、论述题：

1. 论述主要的受众理论类型及其内涵。
2. 市场领导者、市场挑战者、市场追随者、市场补缺者的特点及在市场竞争中各自应采取的竞争策略。
3. 创意对于广告生存及发展的作用一直存在争议。结合你对“创意”及“广告创意”两个概念的理解，谈谈你对“在新传播形势下，创意对于广告业生存及发展的意义”这一问题的看法。