

专业： 传播学 考试科目： 广告学

一、简答题（共80分）

1. 广告的强制性属性（10分）
2. 《Printis Ink》杂志的《广告法草案》（10分）
3. Rpsser Reeves 的“USP”理论（10分）
4. 会商思维法（10分）
5. 开展DM的条件（10分）
6. 媒体评价指标中的“到达率”（10分）
7. 广告心理效果测评（10分）
8. 有限服务型的广告公司（10分）

二、论述题（共70分）

1. 论广告在整合营销传播中的地位（35分）
2. 试举例评述饮品广告的诉求点差异（35分）