

# 厦门大学 1998 年招收攻读硕士学位研究生 入学考试试题

招生专业 新闻学

考试课程 广告学原理

研究方向 广告学

## 一、填空（每题 2 分，共 20 分）

1、我国广告艺术民族化的特点，首先表现在传达形式的\_\_\_\_\_上  
其次是色彩的\_\_\_\_\_和审美趣味的\_\_\_\_\_上，第三是\_\_\_\_\_体现了典型的民族风格。

2、广告文案的创作原则是\_\_\_\_\_。

3、广告主题的要素指的是\_\_\_\_\_三者有机地融合。\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_是广告主题的基础和依据，\_\_\_\_\_是广告主题的诉求重点，  
\_\_\_\_\_是广告主题引起共鸣的活力所在。

4、从我国现有的广告语的形式看，可分为\_\_\_\_\_三类。其中  
口语化广告的特点是\_\_\_\_\_。

5、定位理论是美国广告学者简·楚劳特于\_\_\_\_\_年提出来的，定位

\_\_\_\_\_。

6、产品类别细分是根据产品的\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_而进行的产品  
深度定位。

7、复合性广告标题是由\_\_\_\_\_三部分组成。三个标题的内容  
\_\_\_\_\_，\_\_\_\_\_，揭示出广告信息。

8、广告名家具有自己的创作风格，大卫·欧格威的特点是\_\_\_\_\_，  
\_\_\_\_\_， DDB广告公司创立者比尔·本巴赫强调\_\_\_\_\_，  
USP 的倡导者罗沙·理夫斯认为\_\_\_\_\_，而李奥·贝纳追求的是\_\_\_\_\_。

9、广告心理学的研究内容有三个方面\_\_\_\_\_。

10、美国式的 CI 战略重视\_\_\_\_\_；

日本式的 CI 重视\_\_\_\_\_。

## 二、名词解释（每题 2 分，共 10 分）

- |          |        |          |
|----------|--------|----------|
| 1、消费观念定位 | 2、信息个性 | 3、系列包装装潢 |
| 4、二重价格表示 | 5、广告文化 |          |

## 三、简答题（每题 10 分，共 40 分）

- 1、请谈谈广告创意中的“伟大意念”的含义？
- 2、现代广告公司的分类及其主要任务？
- 3、加强广告记忆的方法有哪些？
- 4、广播广告中音响的作用及音响使用要求是什么？

## 四、论述题（每题 15 分，共 30 分）

- 1、在广告创意设计中，如何理解“越是民族的，就越是世界的”这句话的含义？
- 2、名牌产品如何使用单一品牌策略或延伸品牌策略，你的看法如何？