

浙江大学 2000 年硕士研究生入学考试广告学与媒介管理试题

一、名词解释（每题 4 分，共 20 分）

- 1、媒介组合
- 2、跟进者定位
- 3、广告策划
- 4、有效到达率
- 5、AE 模式

二、简答题（4 题任选 3 题，每题 10 分，共 30 分）

- 1、在广告中体现附加价值的作用
- 2、广告效果的特性
- 3、国际广告创意发展三阶段
- 4、4C 组合的本质特征

三、分析题（20 分）

品牌延伸问题是目前广告界讨论中的热点问题。请能运用有关品牌延伸的科学理论，分析海尔企业与娃哈哈企业两者所实施的品牌延伸战略，并提出自己的观点。

四、论述题（每题 15 分，共 30 分）

- 1、我国广告市场中三大基本要素现存关系分析。
- 2、媒介产业化过程中的广告管理。