

传播史论部分

一、概念解释题（本大题共 12 分）

1. 组织传播（3 分）
2. 抽样调查法（4 分）
3. “容器人”（5 分）

二、简答题（共 20 分）

1. 符号的基本功能有那些？请简要说明。（10 分）
2. 简述廉价报纸（大众报纸）的特点。（10 分）

三、论述题（本大题共 43 分）

1. 评麦克卢汉的媒介理论。（23 分）
2. “议程设置功能”理论的特点有哪些？请予以分析说明。（20 分）

传播业务（广告学）部分（共 75 分）

一、名词解释题（每小题 4 分，共 16 分）

1. 广告运作
2. DAGMAR 法
3. 品牌写真
4. 接触管理

二、简答题（每小题 7 分，共 21 分）

1. 新经济时代品牌策略的变化都有哪些？
2. 简释“物化的消费者”的含义及类型。
3. 简述广告公司的服务内容。

三、论述题（每小题 14 分，共 28 分）

1. 谈谈你对 CIS 理论与 IMC 理论关系的看法。
2. 你以为有效广告的特质都有什么？

四、应用题（共 10 分）

用你所学知识分析解读下面这则广告文案：

当了兵有两个可能：一个是留在后方，一个是送到前线。

留在后方没有什么可担心的，送到前线又有两种可能：一个是受伤，一个是没受伤。没有受伤自然不用担心，受伤的话也有两种可能：一个是轻伤，一个是重伤。轻伤的话不用担心，重伤的话也有两种可能：一个是能治好，一个是不能治好。能治好不用担心，治不好也有两种可能：一个是不死，一个是死。不死的话不用担心，死了嘛，既然他已经死了，还有什么好担心的呢？