

试卷代号:11346

座位号

国家开放大学2024年秋季学期期末统一考试

广告管理 试题

2025 年 1 月

注意事项:

- 1. 将你的学号、姓名及考点名称填写在试题和答题纸的规定栏内。考试结束后,把试题和答题纸放在桌上。试题和答题纸均不得带出考场。待监考人员收完试题和答题纸后方可离开考场。
- 2. 仔细阅读题目的说明,并按题目要求答题。所有答案必须写在答题纸的指定位置上,写在试题上的答案无效。
- 3. 用蓝、黑圆珠笔或钢笔(含签字笔)答题,使用铅笔答题无效。

一、单项选择题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

- 1. “喝娃哈哈,吃饭就是香”这一广告口号,属于下面哪个类型? ()
A. 展示优势型 B. 倡导观念型
C. 树立形象型 D. 承诺利益型
- 2. 媒体计划的基础是(),要求做到精确并以数量表示。
A. 媒体策略 B. 媒体目标
C. 媒体技巧 D. 媒体购买决策
- 3. 在广告公司的部门中,()是广告活动的生产中心。
A. 客户部 B. 创意部
C. 媒体部 D. 调研部
- 4. 广告主题的出发点是()。
A. 广告媒体 B. 信息个性
C. 消费心理 D. 广告目标
- 5. 下列哪一项不属于电视广告的三要素? ()
A. 画面 B. 声音
C. 时间 D. 字幕

- 6. 平面广告又称(),具有保存时间较长、可反复阅读、费用较低的特点。
A. 电子广告 B. 户外广告
C. 交通工具广告 D. 印刷品广告

- 7. 进行广告活动的主体是()。
A. 广告受众 B. 广告公司
C. 广告主 D. 媒体广告组织
- 8. 根据企业的财务承受能力确定广告费用的方法是()。
A. 目标达成法 B. 销售比例法
C. 支出可能法 D. 销售单位法
- 9. 在广告文案中,引导消费者购买的信息是(),包括电话、网址、价格等内容。
A. 广告标题 B. 广告正文
C. 广告随文 D. 广告口号
- 10. 某一广告在电视台播出 3 次,都获得了 30%的试听率,那么这则广告的毛评点是()。
A. 3 B. 10
C. 30 D. 90

二、判断正误题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

- 11. 广告预算不包括市场调查、消费者调查等广告调研费。()
- 12. 杂志广告的特点包括针对性强、精读率高、传阅率高。()
- 13. 按照内容和形式的组合不同,广告标题分为直接标题和间接标题两类。()
- 14. 理性诉求广告,又称暗示广告、兴趣广告。()
- 15. 保持与媒体、各类广告组织的良好关系不是企业广告组织的职能。()
- 16. 商业广告是对特定目标市场的信息传播。()
- 17. 实行广告代理制是一个国家广告业成熟或发达的主要标志。()
- 18. 广告计划书一般包括 3 个基本部分:标题、正文、署名和日期。()
- 19. 文献法适用于了解企业或产品以往情况的广告调查。()
- 20. 广告图画又称广告插图,包括广告绘画和广告摄影。()

三、简答题(本题共 3 小题,每小题 10 分,共 30 分)

- 21. 广告创意的特征主要有哪些?
- 22. 广告策划的决策计划阶段有哪些主要工作?
- 23. 常见的广告定位策略是什么?

四、案例分析题(共 30 分)

24. 加多宝凉茶的广告实施

随着社会经济的不断进步和人民生活水平的不断提高,健康饮食的概念也逐渐深入人心,因此,现今茶饮料市场受到了越来越多消费者的青睐。功能饮料正处于一个加速发展期,上市品种不断增加,种类进一步丰富,消费者认可度稳步提升,销售量增长迅速,行业呈现出良好的发展趋势,据可靠数据资料,我国功能型饮料销量由 2006 年的 100 万吨逐步上升到 2010 年的 240 万吨,因而,整体上可以看出,加多宝凉茶市场有着非常乐观的行业环境,这就大大增加了加多宝企业的信心,为其巨额的广告投入增添了催化剂。

加多宝分别以 6000 万、2 亿、2.5 亿拿下与高端音乐选秀类节目“中国好声音”2012 年、2013 年和 2014 年的三度“联姻”权,毫无疑问,“好声音”在加多宝品牌塑造中有着无可取代的地位,借助“好声音”,加多宝已经完成了知名度普及的任务,甚至可以说加多宝在品牌宣传上最大的成果就是独家赞助了“中国好声音”,该赞助不仅将两个“正宗”品牌间的蝴蝶效应放大,更重要的是起到了与消费者深入沟通的作用,特别是 2012 年加多宝失去“王老吉”商标权后,并没有让颓势蔓延,而是迅速依靠“好声音”放大了其知名度。

加多宝每年的广告投入是逐渐增多的,由 2003 年的 5000 万增长到 2006 年的 2 亿再到近两年的 10 亿以上,其在广告宣传上的投资逐年稳定上升,可见广告投入是加多宝营销策略上越来越重要的一环。加多宝的广告投资逐年增加的同时,其销售量也在迅猛增长,从 2002~2006 年,加多宝的年销售额增长比较缓慢,平均每年增长 9.55 亿元,从 2006 年开始,加多宝的年销售额出现大幅度上涨,在短短五年时间里从 40 亿元迅速增长到了 2011 年的 180 亿元,平均每年增长达到 28 亿元,2012 年销售额一跃超过 200 亿元,可见“红罐凉茶加多宝”的广告投入取得了立竿见影的效果,同时也预示了加多宝企业乐观的前景。

加多宝与消费者的沟通渠道也并不只局限于电视和网络,还有大量的地铁广告和平面媒体广告,将娱乐营销和传统营销相结合,将无形与有形相结合,更多地贴近消费者的生活,不仅起到了与顾客良好沟通的作用,而且将企业的有利信息传递给了企业的投资者、债权人、供应商以及企业员工,为加多宝企业创下销售奇迹提供了保证。

从整体上来看,目前饮料行业内越来越多地推出功能性饮料,凉茶市场也吸引了很多商家去开拓,这意味着加多宝的竞争者将越来越多。而相对加多宝较高的成本来说,很多低成本的产品将会成为其很大的竞争对手。而加多宝企业通过耗巨额资金打造的广告效应早已深入人心,红罐装加多宝凉茶目前已经开出一片“凉茶红海”,年销售额递增迅速,做到了凉茶当中的“可口可乐”,使其成为了饮料行业中的佼佼者。

在多元化发展的大趋势下,各大食品企业都是最有可能的潜在入侵者,就拿达利集团来说,

在多年的发展经营中,达利集团形成了饼干、膨化休闲食品和派类食品三大品牌的产品结构,但达利园还是成功地拓展了饮料市场,推出优先乳等产品,特别是推出的和其正凉茶给加多宝带来了很大的威胁。可见,食品企业要进入饮料行业,分享饮料市场也不是一件不可能的事。这就促进了加多宝企业危机意识的形成,使其不断运用各种广告手段加强宣传,树立良好的品牌形象,将潜在竞争者扼杀在萌芽状态,努力加强顾客的认知度,争取较高的市场份额,让潜在竞争者无机可乘。

可口可乐、康师傅、娃哈哈、农夫山泉、统一这些可谓是消费者熟知的饮料品牌,在饮料市场的份额不可小觑,且其均有各自的品牌优势,顺应着健康饮食这个大潮流,这些饮料公司也相继打着健康饮品的广告推出自己的茶饮料。这些日益增多的茶饮料势必对加多宝的凉茶市场造成一定的影响。那么,加多宝企业加强广告促销力度就成为了必然选择,随着其广告投入的不断加大,“红罐凉茶”已经形成一种文化理念在消费者心中根深蒂固了,使得这些替代品的市场认可度并不高,消费者只认准“正宗凉茶加多宝”,可见消费者的品牌忠诚度对加多宝企业产生了积极的影响。

加多宝进行了成功的产品定位和品牌定位后,3.5 元的零售价格,使“预防上火”的功能不再“高不可攀”,从而使得消费群体并不只局限于高消费人群,大众消费群体同样愿意消费。除此之外,其大量的广告投入,尤其是央视黄金时段的广告宣传使得不同喜好、不同年龄的消费人群都受到洗礼,普及儿童、青年人及中老年人,一定程度上促进其销售量的增加。尤其是 2013、2014 年“过吉祥年,喝加多宝”的口号,更是顺应了人们的消费习惯,春节期间人们食用的大荤大素增多,容易上火,而加多宝顺势出现在人们眼前,形成了人们“顺手拈来”的消费习惯。这样一来,加多宝的购买者不仅遍布各个年龄层次,而且季节性消费因素减弱了,扩大了加多宝的时间消费范围,使得购买者数量增加。

阅读案例,请分析下列问题:

- (1)加多宝凉茶的广告媒体策略是什么? 为什么? (15 分)
- (2)加多宝凉茶案例说明在一定程度上广告费用与销售收入的正相关关系,谈谈你对广告费用与销售收入两者关系的看法? (15 分)

试卷代号:11346

国家开放大学2024年秋季学期期末统一考试

广告管理 试题答案及评分标准

(供参考)

2025 年 1 月

一、单项选择题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. D
2. B
3. B
4. D
5. D
6. D
7. C
8. C
9. C
10. D

二、判断正误题(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

11. ×
12. √
13. ×
14. ×
15. ×
16. √
17. √
18. ×
19. √
20. √

三、简答题(本题共 3 小题,每小题 10 分,共 30 分)

21. 广告创意的特征主要有哪些?

- (1)广告创意的本质属性是创新。(3 分)
- (2)广告创意贯穿于广告活动的各个环节。(3 分)
- (3)广告创意的宗旨是全力表现广告主题。(2 分)
- (4)广告创意的关键是能与受众进行有效沟通。(2 分)

22. 广告策划的决策计划阶段有哪些主要工作?

- (1)进行广告战略决策。(3 分)
- (2)制定实现广告战略的具体广告策略。(3 分)
- (3)编制广告预算。(2 分)
- (4)编写广告计划。(2 分)

23. 常见的广告定位策略是什么?

广告定位策略大体上可分为实体定位策略和观念定位策略两大类:

- (1)实体定位策略包括功效定位、品质定位、价格定位、市场定位;(5 分)
- (2)观念定位策略包括逆向观念定位、比附观念定位、是非观念定位、流行观念定位、个体成功观念定位。(5 分)

四、案例分析题(共 30 分)

24. (1)加多宝凉茶的广告媒体策略是什么? 为什么?(15 分)

加多宝凉茶的广告媒体策略是电视广告、网络广告、地铁广告和平面媒体广告的组合。(10 分)

加多宝凉茶将娱乐营销和传统营销相结合,将无形与有形相结合,更多地贴近消费者的生活,不仅起到了与顾客良好沟通的作用,而且将企业的有利信息传递给了企业的投资者、债权人、供应商以及企业员工。(5 分)

(2)加多宝凉茶案例说明在一定程度上广告费用与销售收入的正相关关系,谈谈你对广告费用与销售收入两者关系的看法?(15 分)

[答题要点]可以从多种角度阐述广告费用与销售收入之间的关系,要求观点明确,叙述清楚,论证合理。(15 分)