# 国家开放大学电大本科《广告策划》网络课多项选择题答案

来源：网络 作者：落花时节 更新时间：2024-07-24

*国家开放大学电大本科《广告策划》网络课多项选择题答案多项选择题1.爱德华·L·伯纳斯开始将“策划”的概念全面引入公共关系的理论和实践，并得到人们的普遍认可的年代是在20世纪\_\_\_\_\_\_年代（）A.20B.30C.40D.502.在20世纪8...*

国家开放大学电大本科《广告策划》网络课多项选择题答案

多项选择题

1.爱德华·L·伯纳斯开始将“策划”的概念全面引入公共关系的理论和实践，并得到人们的普遍认可的年代是在20世纪\_\_\_\_\_\_年代（）

A.20

B.30

C.40

D.50

2.在20世纪80年代中期最早在国内广告界提出：“以策划为主导，以创意为中心，能提供全面的服务的广告公司”的口号的是（）

A.北京广告公司

B.广州广告公司

C.海南广告公司

D.新华广告公司

3.广告策划是对广告活动所进行的（）筹划与打算。

A.决定

B.筹划

C.事前

D.全局

4.广告策划中主要的思维方法有（）

A.系统思维

B.创造性思维

C.开放参与性思维

D.艺术性思维

5.广告工作者树立了科学的策划思维，就能够从宏观上准确把握广告策划背景，制定出富的广告策划方案具有（）

A.战略意义

B.战术意义

C.策略意义

D.前瞻意义

6.艺术性思维把广告创意、策划过程看成是（）

A.计划过程

B.真正的艺术创作思维的过程

C.设计的过程

D.系统思维的过程

7.广告是一种非常典型的（）\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_行为，广告主和广告策划者是广告的传播者，广告信息是广告传播的主要内容，刊播广告的各种媒介是广告传播的媒介，而接触广告的媒介受众则是广告传播的受众。

A.电视行为了

B.广播行为

C.误导行为

D.传播行为

8.广告策划者传达的的市场信息是（）

A.正确的B.准确的C.夸张的D.虚拟的9.市场营销过程中的4

P

因素（）

A.促销

B.商品

C.价格

D.销售渠道

10.广告是整个营销策略中的一环，它是一个，而且还是一个（）

A.复杂的过程

B.静态活动过程

C.动态活动过程

D.综合性的活动过程

1.作为整合传播策划的广告策划，其特性具体体现在（）

A.内容的广泛性

B.策略的整体性

C.运作的复杂性

D.程序的不定性

2.目标市场企业根据（）

A.自身条件

B.市场范围

C.产品品质

D.外界因素

3.企业营销过程的决策依赖（）

A.内强素质

B.外树形象

C.包装商品

D.市场调查

4.广告目标的特征（）

A.整体性

B.长期性

C.方向性

D.标准性

5.广告目标可分为（）

A.行动目标

B.信息目标

C.策划目标

D.传播目标

6.给定位的目的（）

A.使产品获得更大优势

B.展现产品的独特性

C.确定产品在消费者心中的位置

D.明确产品是什么、给谁用

7.按产品的个性特征要素，广告定位策略的划分（）

A.价格定位广告策略

B.造型定位广告策略

C.品质定位广告策略

D.市场营销广告策略

8.在没有明确主题的广告运动（活动）中的广告作品（）

A.没有主题

B.有一个主题

C.主题杂乱无章

D.多个主题

9.商标的内涵（）

A.商品的质量

B.服务信誉

C.企业信誉

D.声望

10.广告媒介策划的主要目的（）

A.掌握时机

B.合理调配

C.生动感人

D.抓住消费者

1.广告预算具有的功能（）

A.财力表现

B.计划工具

C.赢利预期

D.控制工具

2.广告预算与企业的承受能力（）

A.不相适应

B.相适应

C.通过筹措适应

D.过一段时间可以适应

3.企业的广告（）

A.在充满杂乱内容的电视台播出

B.在同业杂志上刊发广告

C.专业化报刊刊发广告

D.在预算较少的媒体上发广告

4.广告评估的目的（）

A.了解本次广告活动是否赚了钱

B.赚了多少钱

C.为什么能赚钱

D.如何让广告更有效地赚更多的钱

5.评估广告策划活动效果的客观标准是（）

A.经济效益

B.社会效益

C.功能效益

D.心理效益

6.反馈评估中的目标管理法是（）

A.策划时目标具体化

B.策划时编制具体要求

C.策划结束后的结果与原定目标对照

D.策划结束后的结果与原有要求对照

7.企业内部形象的主要要素有（）

A.企业员工的整体素质

B.企业物质设备形象

C.企业员工形象

D.企业品牌商标形象

8.企业内部形象的主要要素有（）

A.企业管理水平

B.产品质量形象

C.企业经营作风

D.品牌商标形象

9.企业形象的本质性表现（）

A.全体职工的信仰

B.全体职工的精神

C.全体职工的薪金水平

D.全体职工的价值观

10.企业形象广告按其形象内容定位（）

A.外部形象定位

B.优势定位

C.诉求定位

D.产品形象定位

1.促销活动策划为的是（）

A.满足消费者的急切需求

B.满足商家的宣传需要

C.有效地促进产品的销售

D.树立企业的良好形象

2.促销活动的目的（）

A.提高消费者的品牌意识

B.提高商家的的威望

C.提高品牌的知名度

D.创造实际的销售价值

3.促销活动是（）

A.长期性活动

B.维系住顾客

C.建立品牌忠诚度

D.只能招揽一时的生意

4.广告活动旨在在建立（）

A.品牌知名度

B.品牌形象

C.品牌商标

D.品牌忠诚度

5.民族品牌的成功是（）

A.机会性的成功

B.战略性的成功

C.战术性成功

D.短期性成功

6.广告活动与促销活动都是（）

A.有计划的活动

B.有明确针对性的活动

C.以追求效益为目的的活动

D.属于企业营销策划的活动

7.专题促销活动（）

A.不必制定单独计划

B.不必有明确的主题

C.不必过多地考虑时间因素

D.应当具有鲜明的特色

8.策划作业阶段的消费者分析包括（）

A.消费者购买行为分析

B.消费者使用习惯分析

C.消费者的特征分析

D.潜在消费者第一次购买动因分析

9.策划作业阶段的产品分析包括（）

A.产品现存的优劣点分析

B.扩大产品目标消费市场的机会点分析

C.产品的包装形态分析

D.本产品与其他同类产品竞争机会分析

10.广告环境包括（）

A.物业环境

B.自然环境

C.地域环境

D.竞争对手的广告环境

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！