

III. 模拟试卷及参考答案

河北省普通高校专科接本科教育考试

传播学模拟试卷

(考试时间: 75 分钟)

(总分: 150 分)

说明: 请考生将所有答案写在指定答题纸上, 在试卷上作答一律无效。

一、填空题 (本大题共 20 个空, 每空 2 分, 共 40 分。)

1. 根据媒介产生和发展的历史脉络, 我们可以把迄今为止的人类传播活动区分为口语传播时代、_____、_____和电子传播时代, 不过, 这个历史进程并不是各种媒介依次取代的过程, 而是一个依次_____的过程。
2. 人类的符号体系中既包括信号, 也包括_____。
3. 在人类的社会传播中, 任何符号都与一定的_____相联系。
4. _____, 也称内向传播、内在传播或自我传播, 指的是个人接受外部信息并在人体内部进行信息处理的活动。
5. _____是社会生活中最直观、最常见、最丰富的传播现象。
6. _____指的是组织内同级部门或成员之间互通情况、交流信息的活动, 其目的是为了相互之间的协调和配合。
7. 在传播学研究史上, 最早对传播的社会功能作出较全面分析的是_____。他在 1948 年发表的《传播在社会中的结构与功能》一文中, 将传播的基本社会功能概括为以下三个方面: _____、_____、_____。
8. 关于媒介技术或手段在社会发展史上的地位和作用, 许多学者从不同的角度进行过考察。在这个领域, 较有影响的是加拿大学者_____的学说。
9. IPP 指数, 即“既有政治倾向指数”, 是一个从社会经济地位、_____和_____三个方面来显示受众在接触媒介宣传前已有的政治立场和态度的综合指数。
10. “议程设置功能”作为一种理论假说, 最早见于_____传播学家 M. E. 麦库姆斯和 D. L. 肖于 1972 年在《舆论季刊》上发表的一篇文章, 题目是《_____》。
11. “框架”(frame)作为考察人的认知与传播行为的学术概念, 最早见于人类学家 G. 贝特森于 1955 年发表的论文《_____》中。在这篇文章中, 贝特森提出了“_____”的概念。
12. 所谓传播, 即社会信息的传递或_____的运行。

二、名词解释 (本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分。)

1. 传播效果
2. 象征性社会互动

-
3. 传播者
 4. 上行传播
 5. 知晓权
 6. 人际传播

三、简答题（本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分。）

1. 人类语言具有哪几个特点？
2. “媒介即讯息”的含义是什么？
3. 组织的对外信息输出活动主要有哪些？
4. 意见领袖的基本特征有哪些？

四、论述题（本大题共 1 题，共 40 分。）

人际传播，对双方来说都是一种自我表达活动。自我表达是否准确，表达方式是否合适，直接影响人际传播的效果。现代社会，人与人之间的合作越来越紧密，根据人际传播与自我表达的知识，请你谈一谈，在人际交往过程中如何增强人际传播的效果？

河北省教育厅版权所有

传播学参考答案

一、填空题（本大题共 20 小空，每小空 2 分，共 40 分）

1. 文字传播时代、印刷传播时代、叠加
2. 象征符
3. 意义
4. 人内传播
5. 人际传播
6. 横向传播
7. H. 拉斯韦尔、环境监测功能、社会联系与协调功能、社会遗产传承功能
8. M. 麦克卢汉
9. 居住区域、宗教信仰
10. 美国、大众传媒的议程设置功能
11. 一项关于玩耍和幻想的理论、元传播
12. 社会信息系统

二、名词解释（本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分）

1. 传播效果：指带有说服动机的传播行为（1 分）在受传者身上引起的心理、态度和行为的变化。（4 分）
2. 象征性社会互动：指的是人与人之间通过传递象征符和意义而相互作用和相互影响的过程。（4 分）由于象征符与意义是一个统一体，所以有的学者将象征性社会互动称为符号互动，也有的学者称为意义互动。（1 分）
3. 传播者：又称信源（2 分），指的是传播行为的引发者，即以发出讯息的方式主动作用于他人的人。（2 分）在社会传播中，传播者既可以是个人，也可以是群体或组织。（1 分）
4. 上行传播：指的是下级部门向上级部门或部下向上司汇报情况（3 分），提出建议、愿望与要求的信息传达活动。（2 分）
5. 知晓权：在广义上来说，指的是社会成员获得有关自身所处的环境及其变化的信息、保障社会生活所需的各种有用信息的权利，（3 分）从这个意义上来说，它也是人的生存权的基本内容之一。（2 分）
6. 人际传播：是个人与个人之间的信息传播活动，（3 分）也是由两个个体系统相互连接组成的新的信息传播系统。（2 分）

三、简答题（本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分）

1. 人类语言具有哪几个特点？

答：人类语言具有超越历史时间和空间的能力，它不仅能够表述现在，而且能够表述过去和未来，不仅能表述眼前的事物，而且能够表述在遥远空间的事物（2 分）；人类语言具有无限的灵活性，可以表达任何具体的、抽象的甚至虚构的事物（2 分）；人类语言具有发音的

经济性，以有限的几十种元音和辅音，配之以声调变化，能够组合成数十万以上的语音单词（2分）；人类语言具有巨大的能动性和创造性，能动性和创造性是人类语言区别于动物界信号系统最根本的特征。（4分）

2. “媒介即讯息”的含义是什么？

答：“媒介即讯息”是麦克卢汉对传播媒介在人类社会中的地位 and 作用的一种高度概括，（2分）其含义是：媒介本身才是真正有意义的讯息。（3分）即人类有了某种媒介才有可能从事与之相适应的传播和其他社会活动，（2分）因此，从漫长的人类发展过程来看，真正有意义、有价值的“讯息”不是各个时代的传播内容，而是这个时代所使用的传播工具的性质、它所开创的可能性以及带来的社会变革。（3分）

3. 组织的对外信息输出活动主要有哪些？

答：公关宣传：其作用包括使外界公众了解组织的宗旨、目的和社会意义，树立良好的组织形象以及防止和解决组织与周围公众发生的矛盾和冲突等等；（3分）广告宣传：不仅可以提高企业和商品的知名度，扩大企业影响，而且具有直接的 MOD 效果；（3分）企业标识系统宣传（CIS）：主要利用普通接触和重复记忆机制来系统塑造企业形象的宣传活动，其效果非常显著。（4分）

4. 意见领袖的基本特征有哪些？

答：与被影响者一般处于平等关系而非上下级关系（2分）；意见领袖并不集中于特定的群体或阶层，而是均匀的分布于社会任何群体和阶层中（3分）；意见领袖一般分为“单一型”和“综合型”（2分）；意见领袖社交范围广，拥有较多的信息渠道，对大众传播的接触频度高、接触量大。（3分）

四、论述题（本大题共 1 题，共 40 分）

答：所谓自我表达，即传播者“将自己的心情、意志、感情、意见、态度、考虑以及地位、身份等等向他人加以表达的活动”。人际传播是真正意义上的“多媒体”传播，它的传播手段多、渠道广、方法灵活；自我表达的有效媒体之一是姿态，姿态在狭义上指手势和身体的各种活动姿势，在广义上也把面部器官活动构成的表情、神色等包括在内；外观形象与自我表达，外观既包括身高、体形、脸型、发型等身体特征，也包括通过服饰、饰物、随身携带品的使用等形成的氛围特征；个人进行自我表达活动的目的，是为了使他人能够充分认识和评价自己，要顾及到他人和社会价值与规范。学生基本答到以上内容可以给 24 分到 31 分之间。学生在此基础上进行人际传播效果方式方法的论述酌情给 32 分到 39 分之间，学生答案能够从注重声音语言、书面语言、体态语言上进行进一步的深入论述，能够注重姿态对语言的强调、补充、代替、控制表达上进行深入的探讨，能够从外观形象、社会价值规范方面进行深入阐述的，有自我观点的发挥，对人际传播和自我表达认识阐述深刻的情况下可以酌情加分，分数档应该在 32 分以上。

III. 模拟试卷及参考答案

河北省普通高校专科接本科教育考试

广告学概论模拟试卷

(考试时间: 75 分钟)

(总分: 150 分)

说明: 请在答题纸的相应位置上作答, 在其它位置上作答的无效。

一、填空题(本大题共 20 个空, 每空 2 分, 共 40 分。)

1. 营销是一种_____以及一系列创造、沟通、传递_____, 并以使组织和利益相关者共同受益的方式管理_____的过程。
2. _____主要针对那些为自己购买并最终消费产品的受众, 他们不会将产品转卖或用于生产过程。
3. 生产观念、产品观念和推销观念都以企业为中心, 而营销观念则以_____为中心。
4. 20 世纪 60 年代, 密歇根大学教授_____发展了内尔·H·伯登的营销组合理论, 将其概括为 4P。
5. 广告的起源, 以今天的广告定义来衡量, 严格的说是从 17 世纪出现_____才开始的。
6. 在构成广告外环境的诸种因素中, _____是决定广告存亡兴衰的首要因素。
7. 专属广告公司是_____自营的广告代理公司, 有时也叫广告主自营广告公司。
8. 调查的一般步骤包括问题界定、_____、调查实施、_____。
9. 投射法是通过导向性或诱导性的询问, 使被调查者在_____中将自己个性的若干侧面以及对某特定商品的态度或意见表现出来。
10. _____和_____是广告效果最基本的两个特点。
11. 广告定位就是_____和_____根据消费者的需求、关注点和偏爱, 确定准确宣传商品的_____, 也就是在市场上树立产品的恰当形象, 确定其所扮演的角色。
12. _____是广告活动中最引人注目的环节, 是驱使广告讯息战略制定并实施的力量。
13. _____是广告公司激发集体智慧的常用的方法, 由 BBDO 的亚历克斯·奥斯本创建。
14. 奥格威于 1963 年撰写了《_____》一书。

二、名词解释(本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分。)

1. 整合营销传播
2. 广告行业内环境
3. 媒介策划

4. 广告文案

5. 广告对象

6. 社会阶层

三、简答题（本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分。）

1. 广告文案的主要作用有哪些？

2. 请简述广告策划与广告计划的区别与联系。

3. 请简述媒介策划的一般流程。

4. 影响消费者行为的因素有哪些？

四、论述题（本题共 1 小题，共 40 分。）

植入式广告是随着电影、电视、游戏等的发展而兴起的一种广告形式，是在剧情、游戏中刻意插入商家的产品、服务或具有代表性的视听品牌符号融入电影或影视产品中，在潜移默化中给观众留下一定的印象，以达到营销的目的。请谈一谈你对植入式广告的看法。

河北省教育厅版权所有

广告学概论参考答案

一、填空题(本大题共 20 个空, 每空 2 分, 共 40 分)

1. 组织职能、顾客价值、顾客关系 2. 消费者广告 3. 消费者 4. 杰罗姆·麦卡锡或填 J. McCarthy 5. 广告媒介 6. 经济环境 7. 广告主 8. 研究设计、撰写报告 9. 无意识 10. 复合性、累积性 11. 广告公司、企业、市场地位 12. 广告创意 13. 头脑激荡法或填头脑风暴法 14. 一个广告人的自白

二、名词解释(本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分)

1. 整合营销传播: 把品牌等与企业的所有接触点当作传达讯息的渠道, (1 分) 以直接影响消费者的购买行为为目标, (1 分) 是从消费者出发, (2 分) 运用所有手段进行有力的传播的过程。(1 分)

2. 广告行业内环境: 指存在于广告行业内部的(2 分)、对整个行业和行业内的诸种机构个体的发展起到促进、制约、调适作用的各种因素。(3 分)

3. 媒介策划: 指在广告活动推出之前, (1 分) 针对媒体的选择、媒体的刊播时间以及广告量在各媒体上的分布等所做的通盘计划。(4 分)

4. 广告文案: 一是广义的广告文案, 指广告作品的全部, 包括广告文字、插画、照片及其布局等。(3 分) 二是狭义的广告文案, 指广告作品中的文字部分。(2 分)

5. 广告对象: 广告的实际对象就是所有通过某一种或几种媒介接触到广告的媒介受众, 我们称他们为“广告受众”; (3 分) 广告的目标对象就是广告诉求所针对的特定的目标消费群体, 我们称他们为“广告诉求对象”。(2 分)

6. 社会阶层: 社会中按层次排列的较同质且持久不变的群体, (3 分) 每一阶层的成员具有类似的价值观、兴趣和行为, 是影响个人行为的有一个重要因素。(2 分)

三、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 10 分, 共 40 分)

1. 广告文案的主要作用有哪些?

答: 传达广告讯息。这是广告文案最基本的作用(3 分); 表达广告创意。广告创意是关于广告讯息如何表现的概念和点子, 而广告文案和其他非文字的内容正是这一概念和点子的物化表现(2 分); 塑造品牌形象和企业形象。广告文案通过语言文字、表达语气、表现风格、意境等来引发受众对品牌或企业的联想, 进而塑造品牌和企业形象(2 分); 限定广告画面的内涵。广告文案能对广告画面做一些具体的说明, 通过必要的文字、字幕、画外音或人物对话来对画面的内涵进行限定, 减少歧义。(3 分)

2. 请简述广告策划与广告计划的区别与联系。

答：广告计划是实现广告目标的行动方案，它是一个行动文件，侧重于规划和步骤（3分）；广告策划的本质虽然也是为了实现广告目标，但它更强调借助于科学的手段和方法，对多个行动方案（即广告计划）做出选择和决定。（3分）广告策划是一系列集思广益的复杂的脑力劳动，是一系列围绕广告战略、策略而展开的研讨活动和决策活动（2分）；而广告计划是这一系列活动的归纳和体现，是广告策划所产生的一系列广告战略、广告策略的具体化。（2分）

3. 请简述媒介策划的一般流程。

答：研究分析，搜集足够的情报并加以分析、整理，供拟定媒介目标时参考（2分）；确定媒介目标，媒介目标的确定，必须配合营销目标和广告目标（2分）；明确媒介战略，将上一个阶段明确的目标转化为具体可行的方案（2分）；执行媒介计划，在确定了媒介计划之后，紧接着就是实施媒介的购买（2分）；评估执行结果，评估的内容包括执行进度和执行效果，评估的结果将作为下一次广告活动的参考依据。（2分）

4. 影响消费者行为的因素有哪些？

答：文化因素。文化对消费者的行为会产生最为广泛而深远的影响（3分）；社会因素。消费者行为也会受社会阶层、相关群体、家庭、社会身份、地位等社会因素的影响（3分）；个人因素。影响消费者行为的个人因素包括年龄、职业、经济状况、生活方式、个性与自我意识等（2分）；心理因素。消费者行为还受动机、感觉、后天经验、信念与态度等心理因素的影响。（2分）

四、论述题（本题共1小题，共40分）

答：本题论述题主要考查学生对知识的整合应用能力。本题主要考查学生对潜意识广告现象的理解。基本答题点包括：潜意识广告的基本知识，潜意识广告使用不太为人认识到、但又能下意识感觉到的刺激。人们相信，它可以在人们对传播毫无察觉的情况下影响人们的行为；影视作品中常见的植入方式；植入式广告的利处；植入式广告的弊端；如何在植入式广告中趋利避害。学生答案包括以上基本内容分数在24至31分之间；学生答案能够结合影视剧案例和品牌案例进行分析阐述，能够结合新媒体传播环境下的受众心理、需求和传播特点进行深入阐述，答案具备广告信息传播意识观念，应根据具体答案酌情打分，分数应在32分以上。