

## 2012 年北京大学广告学考研试题（回忆版）

本试题由 kaoyan.com 网友 10831xiao 提供

共同题（50 分）

1. 什么是顾客满意度？如何测量顾客满意度？（15 分）
2. 什么是市场营销？古语说“酒香不怕巷子深”、“名者，造物之所忌也”。通过西方和中国传统思想对市场营销有何的不同看法？结合材料，说明中国传统思想对现代市场营销的启发？（15 分）
3. 近年来，奶粉事件、染色馒头事件……不断出现。请说明企业花巨资打造品牌对消费者有什么利益？这种品牌理念在中国还是适用吗？中国的品牌管理有什么问题？（20 分）

广告方向

简答题（每题 8 分）

1. 什么是要素品牌？要素品牌有什么作用？
2. AIDMA 理论和低卷入理论是什么？有什么异同点？
3. 什么是智能手机的 APP？它在营销传播中有什么应用？
4. 缺
5. 请对拉斯克尔做一个评价？

论述题（每小题 10 分）

1. 中国在 2011 年 11 月对广播电视广告出台条例管理，限制电视台在电视剧间插播广告，取消 2012 年的电视剧插播广告，要求重新编排节目。
  - (1) 对此，结合中国广告业的现状，你对广电总局这一限令有什么看法？
  - (2) 该限令对中国广告业有什么影响？
2. 赶集网的广告运动：赶集网火了，在花巨资在央视投入广告，另外得楼宇、公交等户外媒体投入广告，网上也投入了搜索引擎广告，QQ 群传播（略）……同时“赶驴网”也在兴起，并且搜索量大增
  - (1) 赶集网本次传播的成功之处在哪？有什么缺点的吗？
  - (2) 在新媒体发展下，传统媒体有什么作用呢？有什么改变？
  - (3) 从本次“赶驴网”的二次传播中，互联网具有什么特点？需要怎么应对？
  - (4) 在互联网发展下，对广告服务公司有什么新要求？需要怎样的调整？

以上试题来自 kaoyan.com 网友的回忆，仅供参考，纠错请发邮件至 suggest@kaoyan.com。