

全国 2010 年 4 月自学考试公共关系案例试题

课程代码: 03294

一、名词解释题 (本大题共 6 小题, 每小题 3 分, 共 18 分)

1. 营利性组织 2-11

答:

营利性组织是指直接从事各种创造利润的经济活动的社会组织。

2. 内部公众 9-153

答:

内部公众指社会组织内部的所有成员, 包括组织的决策者、管理者和普通员工以及他们按照特定的制度和需求组成的内部部门、团体。

3. 媒体关系 11-182

答:

公共关系视角下的媒体关系, 也称做“新闻界关系”, 即组织与新闻传播媒体 (包括报纸、杂志、广播、电视和网络等) 以及新闻界人士 (记者、编辑等) 的关系。

4. 社区关系 12-205

答:

社区关系, 亦称做区域关系、地方关系或睦邻关系, 是指组织与所在区域公众的关系, 包括与当地政府管理部门、地方团体组织、左邻右舍的居民百姓等公众的关系。

5. 品牌个性 20-340

答:

品牌个性即此一品牌区别于其他品牌的差异性要素, 包括内在差异性要素 (品牌内涵的差异) 和外在外在差异性要素 (品牌表现的差异), 这是品牌形成竞争优势的前提。

6. 市场开拓 18-305

答:

市场开拓是一种大刀阔斧式的新产品上市策略, 指新产品在实现市场渗透的基础上, 对目标市场进行大规模的开发和拓展。

二、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 6 分, 共 36 分)

7. 简述酒店和旅游业公共关系的作用。 4-41/43

答:

- (1) 实现与消费者的良好沟通
- (2) 塑造、提升和巩固品牌形象

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- (3) 促进合作, 协调多方关系
- (4) 收集、反馈信息, 参与组织决策
- (5) 处理突发事件和消费者投诉

8. 简述汽车行业公共关系的目标和内容。6-81

答:

- (1) 前期公关旨在为开发出满足消费者需求、符合企业自身利益的汽车产品提供决策咨询, 发挥的是公共关系的调研与咨询功能;
- (2) 中期公关旨在为促进产品销售、塑造产品品牌服务, 发挥的是公共关系的传播管理功能;
- (3) 后期公关旨在为维系目标公众、提升品牌形象服务, 发挥的是公共关系的沟通与协调功能。

9. 简述媒体行业开展公共关系的主要形式。7-100/101

答:

- (1) 以自身为载体或整合其他媒体资源, 面向目标公众进行信息传播和沟通
- (2) 结合媒体发展定位, 面向目标公众“制造”公共关系事件
- (3) 统筹媒体的一切可用资源, 实行“大公关”战略

10. 简述组织遭遇危机时内部公共关系应发挥的重要作用。10-160

答:

- (1) 增强内部公众对危机的认知, 以消除疑虑、误解和恐慌。
- (2) 转变内部公众对危机的态度, 使之认识到自己也是化解危机的主体, 而不是受害者或旁观者。
- (3) 引导内部公众在危机中的行为, 使之统一口径、理性行动, 有助于危机处理而不是相反。

11. 简述公共关系案例的基本特征。1-2/3

答:

- (1) 客观性
- (2) 典型性
- (3) 实用性

12. 处理社区关系应做好哪些工作? 12-207/208

答:

- (1) 自觉履行社区义务, 承担社区责任, 创造理念共识、发展共识和价值共识
- (2) 主动支持社区公益事业, 树立自身健康向上、关爱公众的良好形象

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

(3) 策划和实施面向社区公众的焦点事件, 扩大自身在社区公众中的影响

三、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

13. 论述政府公共关系的特定内涵。8-118/119

答:

- (1) 将政府视为社会公共管理机关, 而不是社会发展中某部分人的权力机关。
- (2) 强调政府的沟通职能、协调职能和服务职能, 而不是政府的指挥职能和强制职能。
- (3) 寻求政府名实相符的良好形象, 寻求政府顺民心、合民意的自我完善, 而不是政体僵硬、官官相互、名实不符。

14. 论述大型活动的特点。17-288/289

答:

- (1) 要有明确的目标
- (2) 要有周密的计划
- (3) 多数公众的参与
- (4) 广泛的社会传播性

四、案例分析题(本题 12 分)22-380/381

15. 为了更好地迎接 2010 年上海世博会, 主办方策划实施了题为“走进世博会——中国 2010 年上海世博会暨世博会历史回顾展览”的大型全国巡展。2007 年 8 月 5 日是世博会开幕倒计时 1000 天, 巡展在上海正式开始。在此后的 900 天里, 主办方在中国 31 个省区市及港澳台地区一共举办了 36 场展览, 吸引了超过 300 万人次的国内外观众参观。这一系列活动最终于 2010 年 1 月 21 日世博会倒计时 100 天之时在湖北圆满落幕。巡展用各种高科技手段, 为观众展示了世博会的发展历程、中国参加世博会的经历以及上海世博会的场馆设计等内容。国际展览局秘书长洛塞泰斯特地发来贺信, 盛赞这次活动是一项创新, 它让参观者未到世博园区, 却能提前感受世博会的氛围, 吸引更多人关注世博会, 了解世博会。此次巡展获得了预期的效果, 是一次成功的公关活动。

问题: (1) 案例中的活动属于公共关系议题管理的何种模式?

(2) 结合案例分析这种议题管理模式的基本原则。

(1) 答:

公共关系的议题管理模式:

主动模式, 即组织主动设置一些结合自身发展需要的议题, 并通过各种传播手段和管理机制, 使之成为目标公众所关注的公共议题;

借力模式,即组织针对外部的某些议题,特别是社会改革和发展中的一些重大议题,进行于已有利的引导和控制,实现“外部议题——组织议题——目标公众议题”的良性互动,最终形成有利于组织生存和发展的议题设置和传播机制。

(2) 答:

公共关系议题管理主动模式的基本原则:创新性、公共性、互惠性

公共关系议题管理借力模式的基本原则:相关性、可控性、系统性

五、操作与应用题(本题 14 分)

16. A 奶糖是中国名牌产品,远销多个国家和地区。近日, A 的品牌所有者——A 集团接到东南亚某国经销商来电称:该国食品药品监督管理局对从中国进口的部分食品进行检验, A 奶糖被检测出甲醛成分超出正常标准,该国政府随即宣布禁止销售该商品。

这一消息经该国电视新闻网公布后,美国、新加坡、澳门、香港等地的媒体也都进行了报道。一时间, A 奶糖的品牌信任度一落千丈,消费者纷纷退货并要求给予赔偿,各地经销商也将 A 奶糖撤下柜台。由于涉及公共健康安全,世界卫生组织和各国政府也对此表示高度关注。A 集团面临前所未有的品牌信任危机。

如果你是 A 集团的公关部门负责人,你将采取哪些措施来化解这一危机?请写出你的应对思路。21-360/361

答:危机公关的实施步骤:

- (1) 危机发生前,建立危机预警体系
- (2) 危机发生后,迅速成立危机公关领导小组
- (3) 廓清危机根源,确认危机事件中的利益相关者
- (4) 制定危机公关的主题和策略
- (5) 编制危机处理手册
- (6) 处理危机并着手进行恢复管理

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!