

## 全国 2009 年 7 月自考公共关系案例试题

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. 公共关系案例分析 1-7/8

答: 公共关系案例分析, 即通过对具体公共关系案例的剖析, 解读实践、探索规律、归纳理论、引发思考, 启发学习者和使用者, 增强对公关知识的理解和掌握, 进而指导公关实践。

#### 2. 狭义的组织 2-10

答: 从狭义上看, 组织是指人们为实现共同目标而各自承担不同的角色分工, 在统一的意志下从事协作行为的持续性社会体系。

#### 3. 政府关系 13-229

答: 在政府与社会组织管辖与被管辖的关系之中, 存在一种互相了解、互相沟通的互动关系, 这是社会组织公共关系的重要范畴之一——政府公众关系, 简称政府关系。

#### 4. 市场扩张 18-305

答: 市场扩张是一种“水到渠成”型的新产品上市策略, 指新产品在获得一定市场份额基础上的演进和扩张行为。

#### 5. 知晓公众 9-153

答: 知晓公众指那些了解组织或其所从事的工作, 意识到自身与组织的特定关系, 但尚未付诸行动的个人或群体。

#### 6. 品牌内涵 20-340

答: 品牌内涵指构成品牌的核心要素, 如企业的经营理念、产品的利益主张、服务的价值体系等, 这是品牌得以建立和发展的基础。

### 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特点。 4-41

答: (1) 服务性

(2) 直接性

(3) 复杂性

#### 8. 简述媒体行业公共关系的原则。 7-99

答: (1) 有利于媒体的品牌塑造, 提升媒体的知名度、美誉度和忠诚度;

(2) 有利于媒体内容的传播, 服务于媒体“内王为王”的整体发展策略——内容本身即是媒体的核心产品;

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

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

- (3) 有利于媒体的广告运作, 实现投入与产出的良性循环;
- (4) 有利于媒体的发行和销售, 以打开市场, 形成、巩固和强化竞争优势;
- (5) 有利于媒体与目标受众良性互动关系的建立, 以实现媒体与受众的利益互惠与价值同构。

9. 简述汽车行业的主要特点。6-81

- 答: (1) 产品属于贵重消耗品, 对消费者而言, 则属于重大消费支出系列;
- (2) 业界竞争异常激烈, 产品战、品牌战、渠道战、价格战全方位展开;
  - (3) 在同质竞争下, 各种营销传播手段在市场实践中得到充分运用。

10. 简述社区关系的特点。12-206/207

- 答: (1) 密切性
- (2) 直接性
  - (3) 复杂性

11. 简述公共关系调研的步骤。15-254/256

- 答: (1) 研究假设的提出是公共关系调研的基础
- (2) 研究设计的形成是公共关系调研的核心
  - (3) 调研方法的选择是公共关系调研的关键
  - (4) 调研规划的实施是公共关系调研的主体
  - (5) 调研结论的得出是公共关系调研的目标
  - (6) 调研成果的应用是公共关系调研的又一个起点

12. 简述赞助公关的实施步骤。19-321/322

- 答: (1) 设定赞助公关的目标
- (2) 开展赞助公关的调研
  - (3) 明确赞助公关的基本原则
  - (4) 制定赞助公关的计划
  - (5) 执行赞助公关的计划
  - (6) 检测赞助公关的效果

三、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

13. 论述议题管理的基本原则。22-380/381

答: 一、公共关系议题管理主动模式的基本原则

- 1、创新性
- 2、公共性
- 3、互惠性

## 二、公共关系议题管理的借力模式的基本原则

- 1、相关性
- 2、可控性
- 3、系统性

### 14. 论述大型活动策划与实施的步骤。17-289/290

答:

- (1) 市场调查和可行性研究
- (2) 提炼主题和进行创意
- (3) 实施操作和流程把控
- (4) 科学、准确的效果评估

## 四、案例分析题(本题 12 分)

15. 2010 年广州要举行亚运会, 其吉祥物名为乐羊羊。广州市政府运用了大众媒体(报纸、杂志、广播、电视、网络和手机)对其进行了广泛的传播, 五只羊颜色不同、形态各异, 名字组成“祥和如意乐洋洋”, 传达广州人民对亚洲以及世界人民的美好祝愿: 吉祥、和谐、幸福、圆满和快乐!乐羊羊诚挚地发出邀请: 广州欢迎您!



自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!

时尚、动感和可爱的五只羊，各自有不同的象征涵义：“阿祥”英俊潇洒、真诚勇敢，“阿和”朴实谦逊、沉着坚定，“阿如”美丽时尚、聪颖热情，“阿意”俏皮可爱、活泼开朗，“乐羊羊”是一只高大帅气、阳光自信的领头羊，象征主办城市“穗城”，有丰收、喜悦之意，表达亚运会的成功举办将是亚洲人民的体育盛会。五只羊的颜色分别对应奥运五环的颜色，既反映出广州对亚运会的美好祝愿，又展现了奥林匹克精神。

主办者广州市政府希望：此次亚运会能够传递广泛参与、超越自我、挑战极限，实现和平、友谊与合作的体育精神和价值。

问题：试运用“政府公共关系的特殊性”来分析评点这一案例。8-119/120

答：一、主体的特殊性

- 1、权威性
- 2、导向性
- 3、代表性

二、客体的特殊性

- 1、普遍性
- 2、复杂性
- 3、多变性

三、传播手段的特殊性

五、操作与应用题(本题 14 分)

16. A 隐形眼镜及其护理液等产品是较早进入中国市场的国际名牌，受到消费者的信任和好评。但是，2006 年 2 月下旬，国内部分媒体报道：“A 护理液可能导致角膜炎并在新加坡遭遇停售”。这一消息引起众多消费者的高度关注。同时，由于 A 护理液关系到社会大众身体健康，政府卫生部门对这一事件表示高度重视。各地的 A 经销商也忧心忡忡，担心事态扩大，影响销售。随后，A 公司在北京发表声明：新加坡的 A 隐形眼镜使用者角膜炎发病增加是一个个案，中国内地现在销售的 A 护理液 98% 是本地生产，中国内地包括北京地区不会停止销售。这个声明就如同一颗炸弹，使危机态势迅速扩大。

“A 中国危机”经由媒体报道后引起消费者公众和政府公众的重视，但 A 在危机初期的应对中却掩盖真相、推诿责任，使事态更加严重。

如果你被 A 公司聘请处理这一危机，你将如何力挽狂澜，重塑 A 的品牌形象?请写出你的策划方案。21-360/361

答：(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

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

(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!

自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!