

全国 2009 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. 非营利性组织 2-11

答:

非营利性组织是指不从事营利活动, 即不以营利为根本目的的社会机构或团体, 我国一般习惯称之为“团体事业单位”。

2. 政府公共关系 8-118

答:

政府公共关系, 是指以政府为主体, 建立、维护和发展各种内外关系, 以促进政府工作, 体现政府职能的一种管理思想和实践活动。

3. 行动公众 9-153

答:

行为公众指明确认知自身与组织的关系, 着手或已经采取具体行动的个人或群体。

4. 内部公共关系 10-156

答:

所谓内部公共关系, 是组织内部横向公共关系与纵向公共关系的总称, 其中横向公共关系是指组织机构中各个职能部门、科室、班组之间和内部员工之间的关系, 纵向公共关系指组织机构内上下级之间的关系。

5. 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, 包括与当地政府部门、地方团体组织、左邻右舍的居民百姓等公众的关系。

6. 市场渗透 18-304

答: 市场渗透是一种“蚕食式”的新产品上市策略, 指产品刚进入市场时, 为了拓展市场进入的半径和延伸进入的深度, 而不断在目标市场进行渗透或辐射的过程。

二、简答题 (本大题共 6 小题, 每小题 6 分, 共 36 分)

7. 公共关系案例分析的一般程序有哪些? 1-8

答: (1) 阅读案例, 理清头绪

(2) 全面考察, 确定重点

(3) 深入探讨, 提出思考

8. 酒店与旅游业公共关系的特点是什么? 4-41

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

答: (1) 服务性

(2) 直接性

(3) 复杂性

9. 为建立良好的媒体关系, 组织需要在哪些方面做出努力? 11-184

答: (1) 了解自身所处的媒体环境, 要在整个媒体系统中, 准确划分核心相关媒体 (即与组织的生存和发展关系最为密切的媒体)、一般相关媒体 (即与组织的生活和发展有一定关系的媒体) 和边缘相关媒体 (即与组织的生存和发展关系不大, 但也可能在特定情况下影响组织舆论环境的媒体)。并对之采取针对性的公共关系策略。

(2) 学习相关的媒体运作知识, 掌握一定的媒体应对技能, 特别是要熟悉核心相关媒体的属性、特点、定位和风格。

(3) 在自身传播需求和媒体报道需求之间寻找一个平衡点, 亦即以上所说的要创造与媒体的共识。要选择最适合的媒体, 面向最适合的公众, 传播最合适的内容。

10. 公共关系计划实施的要求是什么? 14-250/251

答: (1) 坚持计划所规定的公关目标和主要步骤

(2) 坚持进度控制和整体协调

(3) 坚持信息监测和及时应变

11. 简述说服公关的要求。16-275

答: (1) 信源 (说服者) 的可信度

(2) 信宿 (被说服者) 的明确度

(3) 信息 (说服主题与内容) 的有效度

12. 品牌的功能主要体现在哪些方面? 20-340

答: (1) 提升产品或服务的知名度、信任度、美誉度、忠诚度和依赖度。

(2) 形成产品或服务的差异化和个性化, 以区隔竞争对手, 形成相对竞争优势。

(3) 促进销售, 创造卖点, 为消费者提供更有力的购买理由。

(4) 有利于产品或服务链条的组合与延伸, 实现多元经营, 打开细分市场。

(5) 积累无形资产, 并最终转化为企业的财富。

(6) 危机与风险——企业品牌实力越强大, 抵抗危机与风险的实力往往也就越强大。

三、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

13. 试述建立和发展政府关系的基本原则。13-229/230

答: (1) 熟悉政府职能及其运作规则

(2) 一切活动在政府允许的范围内进行

(3) 主动沟通与传播

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

14. 试述危机处理的基本原则。21-362

答: (1) 积极主动, 迅速反应

(2) 实事求是, 言行一致

(3) 统一口径, 有效沟通

(4) 内外结合, 以变制变

四、案例分析题(本题 12 分)

15. 北京喜来登长城饭店(以下简称长城饭店)是国内最早的五星级国际酒店之一。该酒店为了提高知名度和美誉度, 开展了一系列卓有成效的公关活动, 其成功的基础就在于进行了周密系统的调查研究。

长城饭店的公关调研通常由以下几个方面组成:

(1) 日常调查:

① 问卷调查。每天将问卷放在客房内, 以此了解客人对饭店的总体评价、对各类服务质量的评价、对服务员服务态度的评价等。

② 接待投诉。几位客务经理 24 小时在大堂值班, 随时帮助客人排忧解难、受理投诉、解答各种问题。

(2) 月调查:

① 顾客态度调查。将每天向客人发放的调查问卷在月底汇总到喜来登总部进行综合分析。

② 市场调查。前台经理与在京各大饭店的同业人员每月进行一次交流沟通, 互通情报, 共同分析本地区的市场形势。

(3) 半年调查:

喜来登总部每半年召开一次世界范围内的旅游情况会, 其所属各饭店的销售经理聚集在一起, 相互沟通, 使每个饭店都能了解世界旅游形势。

通过这种系统的全方位调研制度, 饭店领导者能够做到有的放矢, 科学决策, 从而在激烈的竞争中立于不败之地。

问题: 请运用公关调研的相关理论分析以上案例。15-253

答: 公共关系调研意义包括以下四个方面:

(1) 使组织准确了解在公众中的形象定位, 测量出自我期望的形象与公众心目中实际形象的差距, 提高公共关系策划的目的性。

(2) 为组织制定发展战略或公关计划提供决策依据, 提高公共关系策划的科学性。

(3) 使组织能准确了解公众意见和社会舆论, 以便引导积极舆论, 化解消极舆论, 提高公共关系活动的有效性。

(4) 使组织对开展公共关系活动的主客观条件有较为全面的了解, 以便预先做出调整或做好准备, 提高公共关系活动的成功率。

五、操作与应用题(本题 14 分)

16. 霓裳服装集团创立于 1979 年, 其目标客户群是年轻时尚一族, 尤其是崇尚个性、追逐流行时尚、讲究生活情调的高学历年轻白领女性消费群体。但是, 众所周知, 服装业是一个竞争激烈的行业, 潮流趋势变化极快, 而年轻消费者对流行的变化最为敏感。服装企业如果不能领导潮流, 与时俱进, 就会对目标消费者特别是年轻一族失去新鲜感和吸引力。

针对这种情况, 霓裳集团决定在 2009 年公司成立 30 周年之际开展主题为“时尚传情, 鼓舞青春”的大型公关活动, 以此提升品牌形象, 塑造品牌个性, 吸引目标群体, 进而在激烈的市场竞争中保持优势。

如果你被霓裳集团聘请为这次大型公关活动的策划人, 你将如何运作? 请写出你的公关策划思路。17-289/290

答: (1) 市场调研和可行性研究

(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

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!