

## 全国 2011 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. 跨国公共关系 3-15

答: 所谓跨国公共关系, 是指社会组织以信息传播为主要手段, 以塑造组织形象为重点, 以缔结与跨国公众的良性互动关系为目标, 并最终实现组织与跨国公众的利益互惠和价值同构的管理行为或社会活动。

#### 2. 公共关系客体 9-151

答: 公共关系的客体, 亦称公共关系的对象, 是指组织开展公共关系所面对的各类公众。

#### 3. 非正式沟通 10-159

答: 非正式沟通是指在正式沟通渠道以外进行的信息传递和交流。

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

#### 5. 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。

#### 6. 议题管理 22-378

答: 所谓议题管理 (issues management), 是指社会组织对那些可能进入立法程序、政策程序或产生重大影响, 与公共政策、公共事务密切联系, 容易引起公众关注和争议的社会议题进行确认、分析和评估, 从而对这些议题的发展趋势施加必要影响的传播管理行为。

### 二、简答题(本大题共 6 小题, 每小题 6 分, 共 36 分)

#### 7. 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

#### 8. 简述非营利性组织公共关系的特点。 2-13

答: (1) 以社会效益为导向

(2) 以扩大影响为主线

(3) 以赢得支持为重点

#### 9. 简述企业赞助公关的意义。 19-320/321

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) 赞助本身即是一次公共关系事件，可以形成新闻效应，使媒体的焦点汇聚于此，扩大组织的社会影响，提升组织的知名度；

(2) 通过赞助活动，树立组织关心社会、乐于回报社会的良好形象，提升组织的美誉度，增进与目标公众的感情，获得他们的有利支持与合作；

(3) 赞助公关亦可形成广告效应，展示组织的经济实力，赢得目标公众的信任，同时增强组织所投放的商业广告的影响力和说服力。

#### 10. 简述 IT 与高科技行业公共关系的工作内容。5-62

答：(1) 开展宏观研究，为企业决策提供咨询

(2) 协调各方关系，服务于企业的产品、项目和发展战略

(3) 加强内部沟通，建立和发展良好的内部公共关系

#### 11. 简述汽车行业公共关系不同阶段的目标与内容。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。

#### 12. 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

### 三、论述题(本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分)

#### 13. 试述大型活动的特点。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

#### 14. 试述处理社区关系应做好的工作。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

(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

### 四、案例分析题(本题 12 分)

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

## 15. 打造“幸福”城市

2011年2月22日下午,某市第十三届人民代表大会第六次会议举行了记者招待会,市长就该市在“十一五”时期取得的成就,以及“十二五”时期的规划等热点话题,诠释“幸福城市”。他表示,“幸福城市”是基于对国际发展潮流以及城市发展提出的愿景,“幸福”就是指一个温馨和睦的家,家里的人丰衣足食,有房住、有田耕、有钱花。“幸福城市”就是一个物质、精神、生态、政治文明协调发展的小康社会,是各层次市民群体安居乐业、赞赏向往的城市。打造“幸福”在“五味”:

- (1)生活甘甜味:市民吃得放心、住得安心、行得舒心、玩得开心;
- (2)环境清新味:天蓝、水清、路畅、房美;
- (3)事业成就味:投资创业机会多、条件好;
- (4)社会人情味:利益公平、社会关系和谐融洽;
- (5)城市文化有品位:城市文化产品丰富、文化的软实力强大。

市长强调,“幸福城市”不是口号喊出来,不是天上掉下来,而是要干出来。建设幸福城市要从基础做起,一件件向前推进。

问题:(1)什么是政府公共关系?8-118

(2)请从该案例来阐述政府公共关系的特定内涵主要包括哪些方面?8-118/119

(1)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。

(2)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。

### 五、操作与应用题(本题 14 分)

16. 某公司是全球最大的运动鞋和服装生产商,在环保产品已成为国际企业发展潮流的背景下,该公司希望通过“绿色公关”来展示自身的社会责任,提升企业的品牌形象。为此,该公司推出了 Considered 产品系列,承诺使用有害物质含量较少的材料生产环保的专业运动鞋。按其预期,到 2011 年,该公司生产的所有鞋子都将达到 Considered 系列的标准,并将在服装和运动装备等产品中推行这一标准,其传统的广告语也将进行相应的调整。

请根据“公关四步工作法”的要求帮助该公司开展“绿色公关”。14-247

答:

美国著名公共关系专家斯各特·卡特里普、艾伦·森特等人提出的“公关四步工作法”,即公共关系调研、公共关系策划、公共关系实施、公共关系评估,如今已广为业界接受。

这四个阶段，分别回答了社会组织开展公共关系所面临的四个问题：我们所处的是什么样的环境？我们应当做些什么和说些什么，为什么？我们在何时对何人怎么做、怎么说？我们取得的效果如何？

#### (1) 公共关系调研

公关调研既是公共关系工作的第一步，同时又贯穿于公共关系工作的全过程。

#### (2) 公共关系策划

在前期调研工作已完成，确定了公共关系的问题和机会后，组织必须规划和设计解决问题、利用机会的方法，这一过程即是公共关系策划。

#### (3) 公共关系实施

公共关系计划的实施，是将公关调研和公关策划形成的战略构想和战术方案付诸实践的过程，是公共关系工作中的关键一环。

#### (4) 公共关系评估

公共关系效果评估，是根据特定的标准，对公共关系计划的实施过程、实施效果进行检查、分析和总结的过程。

**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！