

全国 2012 年 7 月高等教育自学考试 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)

I. 专题性案例 1-5

答:

一般是指有关组织某一特定的公关项目、公关议题的案例。

2. 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。

3. 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。

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。

6. 研究假设 15-254

答:

所谓研究假设, 是指从调研课题出发, 对调研对象的内部结构与外部环境, 调研问题的因果关系与影响要素进行事前推断和假设。

二、简答题(本大题共 6 小题, 每小题 6 分, 共 36 分)

7. 简述案例分析的一般方法。1-8/9

答:

- (1) 专题式分析
- (2) 综合式分析
- (3) 讨论式分析

8. 简述媒体行业公共关系的公众分类。7-99

答:

- (1) 目标受众和兼顾群体
- (2) 广告主和广告代理商
- (3) 合作伙伴
- (4) 竞争对手
- (5) 媒体所属的党政系统

9. 简述跨国公共关系的工作内容。3-18/19

答:

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

- (1) 开展调查研究, 提供决策咨询
- (2) 建立信息传播网络
- (3) 开展与对象国政府及相关社会团体的良好合作
- (4) 发展与目标公众的良性互动关系, 塑造组织的良好形象

10. 简述政府公共关系的沟通方式。8-121

答:

- (1) 直接沟通
- (2) 间接沟通
- (3) 半直接沟通

11. 简述在面对危机时组织内部公共关系的主要作用。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。

12. 简述整合营销传播的基本特征。23-402

答:

- (1) 以由外而内的战略思路为基础;
- (2) 以利益关系者为核心;
- (3) 以整合、协调使用各种营销传播手段为重点;
- (4) 以传播统一的品牌形象, 一致的产品信息, 建立产品品牌与利益关系者长期、密切的关系为目标。

三、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

13. 论述组织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

14. 论述 IT 与高科技行业公共关系手段整合的主要表现。5-63

答:

- (1) IT 与高科技行业公共关系, 在传播手段上实现了传统媒体投放与以互联网为代表的新媒体投放的结合, 使公共关系传播更加立体化。
- (2) IT 与高科技行业公共关系, 在与目标公众的互动上实现了“以我为主”、“自上而下”与“平等对话”、“及时反馈”的结合, 使真正意义上的“沟通”得以实现。
- (3) IT 与高科技行业公共关系, 在实施中的监测、管理和调整上, 实现了原则性与灵活性的结合, 使公共关系战略在执行中能更好地把握“变与不变”的尺度。
- (4) IT 与高科技行业公关, 在效果评估上实现了重要突破。除了传统的评估方法外, 在 IT 与高科技行业公关中, CPM (千人点击率)、在线反馈、定点追踪、信息搜索引擎等最新工具和方法被应用到效果评估领域。

四、案例分析题(本题 12 分) 22-380/381

15. iPhone 是美国苹果公司的知名手机品牌, 自上市以来一直受到世界各地消费者的追
本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

捧。2011年初,苹果公司宣布将在2011年中推出新一代iPhone,并通过媒体强调新产品的技术优化,显示苹果公司一直在挑战新技术。2011年5月,消费者翘首期盼的iPhone 5并未如期面市,取而代之的是iPhone 4的升级版iPhone 4S。但iPhone 5的“失约”并没有造成消费者对苹果公司技术能力的质疑,iPhone 4S上市后,依旧出现了良好的销售势头。

问:(1)该案例属于公共关系议题管理何种模式?

(2)请运用公共关系议题管理的有关原则,分析苹果公司的成功之处。

(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,进行于己有利的引导和控制,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. 2010年3月,某省发生了高温疫苗导致部分儿童受感染住院的事件,经媒体报道以后引起公众广泛关注。在事件最初的传播过程中,没有一条消息来自当地官方,结果造成流言四起。其间先是记者爆料,再是新华网出面澄清,接着是爆料者证明调查的真实性,随后又是受害者家长收到恐吓短信。尽管后来相关主管部门也采取了很多措施,抽调精兵强将组成专家组,对15名儿童病例重新进行研究分析,警方也受理了家属遭恐吓事件,但相关部门在公众心目中的形象仍大受影响。

问:(1)危机管理一般分为哪几个阶段?21-359

(2)如果你是相关部门的负责人,处理这次事件时应该遵循哪些原则?21-362

(1)答:

危机管理的阶段:

- (1)危机的事前预控;
- (2)危机爆发后的应对;
- (3)危机结束后的恢复管理。

(2)答:

危机处理的原则:

- (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