


中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看，不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

基础学习班：依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

真题串讲班：教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，每门课程均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

自考精品班：全力打造专属于学员个人的辅导计划，学员自入学当天便开始享受专属于自己的个性化辅导课程，专职教学辅导老师及班主任全程跟踪学员的学习情况，随时调整辅导方案，以保证学习计划的有效进行。帮助学员克服可能出现的学习上的怠倦、不良情绪的影响等情况。坚定考试必胜信念，并以最适合自己的方式，在短时间内掌握考试内容，全面提升学员的考试通过率。我们承诺，当期考试不通过，下期学费减半！[立即报名！](#)

全国 2009 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）

1. 公共关系案例分析
2. 狭义的组织
3. 政府关系
4. 市场扩张
5. 知晓公众
6. 品牌内涵

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。
8. 简述媒体行业公共关系的原则。

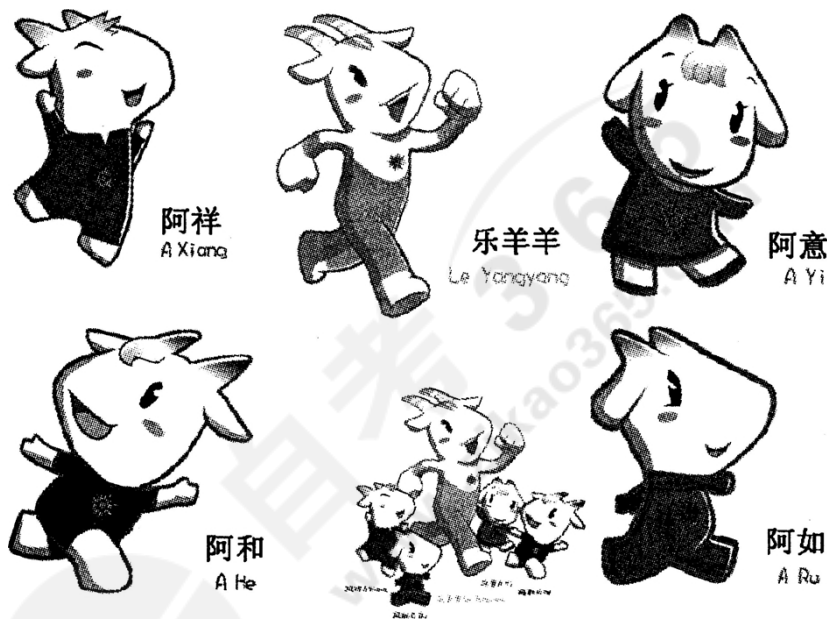
- 9.简述汽车行业的主要特点。
- 10.简述社区关系的特点。
- 11.简述公共关系调研的步骤。
- 12.简述赞助公关的实施步骤。

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。
- 14.论述大型活动策划与实施的步骤。

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!



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。

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。



自考365
www.zikao365.com