

全国 2016 年 10 月高等教育自学考试
公共关系案例试题

课程代码:03294

请考生按规定用笔将所有试题的答案写在答题纸上。

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

一、名词解释题(本大题共 6 小题,每小题 3 分,共 18 分)

1. 跨国公众
2. 利益相关者
3. 社区关系
4. 市场渗透
5. 危机公关
6. 议题管理

二、简答题(本大题共 6 小题,每小题 6 分,共 36 分)

7. 简述非营利性组织开展公共关系活动时,如何具体去争取公众的支持。
8. 简述酒店与旅游业开展公共关系活动的作用。
9. 简述媒体行业公共关系的原则。
10. 简述政府公共关系的沟通方式。
11. 简述组织为建立良好的媒体关系需要做出的努力。
12. 简述建立和发展政府关系的基本原则。

三、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

13. 论述公共关系调研的涵义及其意义。
14. 论述策划与实施大型活动的策略。

四、案例分析题（本题 14 分）

15. 奇瑞 QQ 的市场公关策略

微型轿车曾在上世纪 90 年代初持续高速增长，但自 90 年代中期以来，微型轿车产量的增幅迅速下降。在这种情况下，奇瑞汽车公司经过认真、缜密的市场调查后发现：轿车已越来越多地进入大众家庭，但由于地区经济发展的不平衡和人们收入水平的差距，公众对轿车的需求逐步细分。然而，在轿车市场上，微型车的品牌形象一向是低端产品的代名词。因此，如何生产出一种“微型车的尺寸、轿车的配置”的微型轿车，以突破这种低端形象，是他们面临的一个产品公关的核心问题。于是，奇瑞大胆地将微型轿车的外形与主流车的高档配置相结合，并以全新的营销方式和优良的性价比吸引客户，迅速打开了微型车产品——奇瑞 QQ 的市场，引领中国微型车市场进入了一个新时代。

首先，奇瑞将目标客户瞄准了那些收入并不高，但有知识、有品位的年轻人以及有一定事业基础、心态年轻、追求时尚的中年人，并把 QQ 定位为“年轻人的第一辆车”，从使用性能和价格比上满足他们通过驾驶 QQ 实现工作、娱乐、休闲等需求。

在产品名称方面，奇瑞突破了传统品牌名称非洋即古的窠臼，采用在网络留言中有“我找到你”之意的“QQ”作为新产品名称，让新产品名称不仅充满时代的张力和亲和力，同时也显得简洁、明快、朗朗上口，富有冲击力。

接着，奇瑞制定了以大型互动活动为主线的立体化整合营销传播策略作为新产品上市的策略。他们开展 QQ 价格网络竞猜、QQ 秀个性装饰大赛等活动，为 QQ 上市大造声势；与此同时，他们又借助新闻发布会和传媒的评选活动，引发全国市场的互动，形成良好的营销氛围。

经过上市前的精心策划及各项公关活动后，奇瑞汽车公司看准时机，及时推出了价格为 4.98 万元的新产品，一举获得成功。据统计，奇瑞 QQ 上市 6 个月就销售出 2.8 万多辆，创造了国内单一品牌微型轿车的销售记录。

问题：请运用公共关系的相关知识，分析奇瑞 QQ 获得成功的主要原因。

五、操作与应用题（本题 12 分）

16. 2005 年 3 月 7 日夜，29 岁的湖南衡阳人张卫生行走在 107 国道 1723 界碑处的公路上，被一辆疾驰而来的摩托车撞伤，导致双腿骨折，瘫倒路旁，但当时还伤不致死。当地村民发现后曾先后拨打电话给湖南省湘潭县 110 指挥中心、湘潭县交警大队、茶恩寺镇派出所、茶恩寺镇民政所等单位寻求救助，但均无人作出反应。后来，一场大雪突如其来，张卫生被冻死在路边。

事发后，该事件在社会上造成了极坏的影响。死者家属将相关政府职能部门告上法庭。但当记者就此事询问茶恩寺镇民政所长王清文时，王清文的解释是：“民政所只有 3 个人，却要管 31 个自然村的事。按照工作规定是要去过问，但是我实在太忙了，抽不出时间。”

人们不禁要问：究竟是什么原因让这些政府职能部门对张卫生事件如此冷漠无情？难道还有什么比救人更“忙”的吗？

问题：如果你是湘潭县的负责人，你是怎样看待此事件的？你打算如何妥善处理好这一影响极坏的事件？

www.zikao365.com