

全国2009年4月自考公共关系案例试题自考 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022__E5_85_A8_E5_9B_BD2009_c67_647619.htm 全国2009年4月自考公共关系

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.政府公共关系3.行动

公众4.内部公共关系5.社区关系6.市场渗透二、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？8.酒店与旅游业公共关系的特点是什么？9.为建

立良好的媒体关系，组织需要在哪些方面做出努力？10.公共

关系计划实施的要求是什么？11.简述说服公关的要求。12.品

牌的功能主要体现在哪些方面？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。14.试述危机处理的基本原则。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： 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。 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： 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。

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。

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。

百考试题收集整理更多信息请访问：百考试题自考论坛，百考试题自考网校，百考试题在线题库 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com