

2002 年厦门大学新闻学考研试题

考研加油站收集整理 <http://www.kaoyan.com>

一、名词解释（10 分）

- 1、广告创意嫁接
- 2、产品定位
- 3、脑波理论
- 4、企业传播
- 5、品牌比附定位策略

二、简答题（40 分）

- 1、简述对“广告策划”概念的不同理解？
- 2、谈谈广告效果的评估标准？
- 3、简述网络广告的主要形式及其特点？
- 4、如果产品本身没有卖点，该如何发展 USP？

三、论述题（50 分）

1、如果某个品牌的方便面把大学生作为自己的目标市场之一，应该如何进行产品定位，进而如何作有效的目标沟通（包括广告、促销和公共关系）？试提出你的方案设想。（15 分）

2、请列举一个你认为最失败的名人广告案例，并分析其原因。（15 分）

3、1879 年的一天，因为 P&G 肥皂厂中一名工人的疏忽，致使香皂原料充满泡沫，之后，使得 IVORY（象牙）香皂能漂浮在水面上。当 P&G 试图从消费者那里得知为什么他们想要更多的“漂浮香皂”之后，发现“漂浮”的属性给消费者带来免受在水底摸索香皂之苦的利益。因为他们经常在雾气蒙蒙的俄亥俄河中洗衣或洗澡。这个事例对你有何启发？（20 分）

公共关系原理与实务

一、简答题（20 分）

- 1、请对柯特利普提出的“环状结构模式”进行简要评介。
- 2、请简要指出双向沟通的长处和短处。
- 3、请概述二战以来公共关系发展的主要特点。
- 4、请简要介绍公共策划中传播渠道选择的一般程序。

二、分析论述题（50 分）

1、请用实际的案例分析阐述在公共关系管理中应如何看待、处理组织利益与社会公众利益之间的关系。

2、请从公关的角度，对目前我国上市公司信息披露的不真实现象进行分析，并就如何保证上市公司信息披露的真实性提出你的看法。

三、综合应用题（30 分）

有四位客人在某著名酒家就餐，喝完汤后发现盛汤的钵底有一只蟑螂。客人当即向店家投诉索赔，提出拒付餐费和每人几百元的身心损失赔偿。在与店家交涉支付损害赔偿未果的情况下，顾客转向求助舆论帮助。媒体在查证之后，以顾客喝到的竟是“蟑螂汤”为题，对该酒店进行批评报道。酒店领导看到新闻报道后，召开记者招待会，指责媒体报道中的“蟑螂汤”是对本店抹黑，要求媒体公开更正道歉。媒体也不甘示弱，马上开辟专栏邀请各界人士对此事进行讨论。事

态进一步发展，惊动政府有关部门，派出卫生检查组对酒店进行全面的检查。最终，该酒店由于卫生条件问题，被勒令停业整顿。请你从公共关系的角度，对该事件的性质以及酒店对此事件的处理进行评析，并站在酒店公共关系管理的角度，提出你的处理建议。

传播学理论

一、名词解释（20分）

- 1、新闻文化
- 2、抽样
- 3、大众传播
- 4、传播媒介
- 5、信息

二、简答题（40分）

- 1、简述我国新闻传播事业“坚持社会主义方向”与突出媒介特色“的关系。
- 2、广告传播如何准确地选用传播媒介？
- 3、简述建立“国际传播和信息新秩序”主张的背景及其主要内容。
- 4、从不同角度简述传播的类型。

三、论述与应用题目（40分）

- 1、试论大众传播对社会的影响。
- 2、简述新闻传播的价值取向并根据价值取向评论消息《“110”响起拜年电话》（原文太长，故略）