

一、简答题

- 1、价值观与生活方式 (VALS) 模型
- 2、整合营销传播的概念和过程
- 3、杂志广告的优势和弱点
- 4、公关从业人员的四种主要角色
- 5、公共关系危机管理的原则
- 6、公共关系与广告的区别

二、分析题

1、加拿大的一个传播大师提出“冷媒介”和“热媒介”的理论，在当前的广告实践中，这一理论有什么重要意义。以城市青少年为目标市场的营销计划如何应用这一理论，举例说明。2、是一道材料题。材料有关上海宜家家具新店开张，要求对案例写 300—400 字的评语

材料如下（只有主要部分）：

?????在新店开张前用了三年时间，请公关代理对上海 1000 个家庭，面对面的进行调查，发现宜家在欧洲及其他国家贯彻执行的商业理念，在中国被认为是“小资”，于是提出“大宜家、小价钱”的口号??????举办了一系列活动：宜家，你的好邻居；宜家胖胖路演；宜家小朋友捐款，为新店开张预热（下面就是一大堆数字，有关多么热闹，成交量等等，特别强调是非典时期）??????客户说“活动搞得这么好，都是钱堆出来的”，公关代理说是“花小钱，办大事”。这次活动不但取得了空前成功，而且也以较少的费用划上了一个句号。