

---

2010 年复旦大学广告与公关实务考研试题（回忆版）

1. 请回答公共关系的职能并简要论述。

2. 给出一段中国通用在美国通用总部申请破产保护中的表现，要求用公共关系中的“危机传播管理”的模型加以分析。

3. 麦当劳为推出超值 16.5 元套餐与淘宝网联合举办营销活动，推出“竞拍”多动，竞拍价格从高到低出价，当第一位出价到 16.5 元的淘宝网注册用户可通过支付宝购买麦当劳超值餐券获得竞拍的高价产品。请用传统的营销理论和 Web2.0 时代的营销理论分析麦当劳案例的价值与创新点。

4. 三鹿在三聚氰胺事件爆发后其代理公关公司用三百万的广告费为诱饵企图要求百度删除其负面新闻，“控制媒介话语权”的案例，要求用相关的公关原理加以分析。

5. 给出汶川地震后的网络上流传的《国际企业铁公鸡排行榜》并给出两则随后媒体对事件真相的调查的报道，说明诺基亚和摩托罗拉等公司在灾后的表现。要求写出针对品牌建设和企业社会责任的四百字以上的论述。