

绝密 ★ 考试结束前

全国 2013 年 10 月高等教育自学考试 公共关系学试题

课程代码: 00182

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

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. 每小题选出答案后, 用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动, 用橡皮擦干净后, 再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题 (本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 被称为公关发展史的第一个里程碑的专著是 (C) 1-55
A. 修辞学
B. 公共关系学
C. 公众舆论的形成
D. 高卢战论
2. 议题设置论的最杰出研究者是 (A) 5-125
A. 麦库姆斯
B. 拉扎斯菲尔德
C. 卢因
D. 拉斯麦尔
3. 信息交流意识也称为 (B) 2-71
A. 形象意识
B. 沟通意识
C. 互惠意识
D. 创新意识
4. 标志中国公共关系已得到国家有关部门认可的事件是 (A) 2-79
A. 国家职业资格工作委员会公关专业委员会的成立
B. 全国公关职业审定委员会的成立
C. 公关职业道德准则的出台
D. 公关协会的成立
5. 决定广告策划成败的关键是 (D) 7-168
A. 广告效果测定
B. 市场调查
C. 广告媒介安排
D. 广告创意
6. “巴黎国际博览会”属于 (C) 8-181
A. 小型展览会
B. 中型展览会
C. 大型综合展览会
D. 袖珍展览会

7. 许多人竞相效仿特定人物的某种新奇行为而形成的社会风尚被称为 (A) 4-107
- A. 流行 B. 流言
C. 舆论 D. 时尚
8. 流行项目的最显著特征是 (B) 4-108
- A. 周期性 B. 新奇性
C. 时效性 D. 两极性
9. 人们希望归属于一个团体以得到关心、爱护、支持、友谊和忠诚, 这种需要属于 (C) 4-101
- A. 生理需要 B. 安全需要
C. 社交需要 D. 尊重需要
10. 有特定的读者群, 传播者可面对明确的目标公众制定传播策略的媒体为 (D) 5-131
- A. 小道消息 B. 报纸
C. 微博 D. 杂志
11. 公关策划的最后一步是 (B) 6-151
- A. 确定目标 B. 审定方案
C. 编制预算 D. 设计主题
12. 公关策划的首要环节是 (C) 6-148
- A. 选择方案 B. 设计方案
C. 确定目标 D. 实施方案
13. 广告目标、信息个性与消费心理共同构成了 (D) 7-173
- A. 广告媒介 B. 广告信息
C. 广告效果 D. 广告主题
14. 最常见的新闻稿结构是 (A) 7-161
- A. 倒金字塔结构 B. 并列结构
C. 顺时结构 D. 总分总结构
15. 提供优秀新闻奖的活动属于 (B) 8-186
- A. 新闻传播 B. 赞助文化事业
C. 广告策划 D. 整合营销传播
16. 处于“臭名远扬”状态的组织, 其形象地位是 (C) 9-197
- A. 高知名度 / 高美誉度 B. 低知名度 / 高美誉度
C. 高知名度 / 低美誉度 D. 低知名度 / 低美誉度
17. MIS 是指 (A) 9-194
- A. 理念识别系统 B. 行为识别系统
C. 视觉识别系统 D. 组织识别系统
18. 节假日出现的游客高峰属于 (B) 3-84
- A. 临时公众 B. 周期公众
C. 稳定公众 D. 次要公众
19. 提出危机管理阶段划分 4R 说的学者是 (D) 10-211

- A. 斯蒂文·芬克
B. 佩尔森
C. 米特罗夫
D. 罗伯特·希斯

20. 组织危机管理的核心阶段是 (B) 10-222

- A. 事前管理
B. 事中管理
C. 事后管理
D. 仿真“演习”

二、多项选择题 (本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 公关人员工作中应遵守的道德规范有 (ABCDE) 2-76/77

- A. 公正
B. 正派
C. 对社会负责
D. 真实
E. 保密

22. 根据组织的价值取向, 可将公众划分为 (ABC) 3-85

- A. 受欢迎的公众
B. 不受欢迎的公众
C. 被追求的公众
D. 顺意公众
E. 逆意公众

23. 公众共同性包括 (ABCDE) 3-82

- A. 共同的利益
B. 共同的需求
C. 共同的目的
D. 共同的意向
E. 共同的兴趣

24. 形成知觉偏见的原因主要有 (ABCD) 4-99

- A. 首因效应
B. 近因效应
C. 晕轮效应
D. 刻板印象
E. 蝴蝶效应

25. 下列各项属于电子媒介的有 (ABCD) 5-129

- A. 电视
B. 电影
C. 互联网
D. 广播
E. 报纸

26. 公关策划的原则包括 (ABCDE) 6-145/147

- A. 利益性原则
B. 客观性原则
C. 系统性原则
D. 可行性原则
E. 灵活性原则

27. 确定广告主题应避免的事项有 (ABE) 7-176

- A. 主题分散
B. 主题共享
C. 整体统一
D. 独特个性
E. 主题泛化

- (2) 情境性
- (3) 可信性
- (4) 组合性
- (5) 隐喻性

34. 简述庆典活动的类型。8-182

答:

- (1) 开幕(开业)庆典
- (2) 周年庆典
- (3) 乔迁庆典
- (4) 重大成果庆典
- (5) 受到特殊嘉奖庆典

35. 简述公关策划的作用。6-144/145

答:

- (1) 公共关系策划是市场经济发展的客观要求
- (2) 公共关系策划是企业经营管理的重要任务
- (3) 公共关系策划是塑造组织形象的关键
- (4) 公共关系策划是公共关系活动成功的保证

36. 简述公关危机管理的原则。10-218

答:

- (1) 及时性原则
- (2) 主动性原则
- (3) 真实性原则
- (4) 公开性原则
- (5) 战略性原则
- (6) 公众至上原则

四、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

37. 试述口语传播的优点和缺点。5-127/128

答:

一、优点

- 1、不需要辅助手段,运用简便,易于控制。
- 2、双向交流,可作到“有的放矢”。
- 3、能释放人的情绪能量,起某种心理平衡作用。

二、缺点

- 1、传播距离短，覆盖范围窄。
- 2、口头语言消失迅速，难以直接保存。
- 3、口语信息容易失真。

38. 试述公关公司的经营范围。2-67/68

答：

- (1) 咨询诊断
- (2) 联络沟通
- (3) 收集信息
- (4) 新闻代理
- (5) 广告代理
- (6) 推介产品
- (7) 会议服务
- (8) 策划活动
- (9) 礼宾服务
- (10) 印刷制作
- (11) 音像制作
- (12) 培训服务

五、案例分析 (10 分)

39. “再小的力量也是一种支持”。从现在起，你买一瓶某品牌啤酒，就为全运会捐出一分钱。从 2013 年 1 月 1 日至 7 月 31 日止，销售每一瓶某品牌啤酒都提取一分钱，以代表消费者来支持全运会，这就是某啤酒公司的“一分钱”支持全运会活动。2013 年 1 月至 5 月，该啤酒公司的销量已完成全年销售计划的 90%，市场占有率也跃居到全国第一位。

(1) 运用所学公关知识分析该活动的性质。8-185

答：

该活动属于赞助活动。赞助活动是指企业对各种公益事业提供的资金、物力等方面的支持，是以社会服务形式进行的公共关系活动。现代企业，不但要盈利，追求经济效益，同时，也要追求社会效益。只有获得好的社会效益，才会更有力地提高企业的经济效益。

(2) 运用所学公关知识说明该类活动的作用。8-185

答：

- (1) 表明自己承担社会责任
- (2) 培养与社会公众的良好感情
- (3) 通过赞助活动做广告