

## 全国 2008 年 10 月自学考试新闻事业管理试题

课程代码: 00662

一、单项选择题 (本大题共 30 小题, 每小题 1 分, 共 30 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个选项是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 在一份对开四版的报纸上刊登广告, 按照读者阅读的一般顺序, 这些广告最能引起人注意的版面顺序由高到低依次是 ( C ) 6-152

A. 1234 B. 1342

C. 1432 D. 4321

2. 制定编辑方针属于编辑的 ( A ) 3-76

A. 战略决策 B. 战术决策

C. 战役决策 D. 战情决策

3. 广播电视媒介社会效益和经济效益的最终源泉是 ( A ) 9-229

A. 受众 B. 节目

C. 广告 D. 管理

4. 具有锚和链的特殊文档结构方式称为 ( B ) 12-329

A. 链式文档 B. 超文本

C. 检索文本 D. 自动转移文档

5. 报社的各类工作人员付出的劳动可抽象化为一般的、无差别的人类劳动, 这种抽象劳动形成报纸的 ( C ) 1-10

A. 价格 B. 价位

C. 价值 D. 价码

6. 按照 20 世纪中期以后报业印刷技术改造的方向, 代替“热排铅印”的是 ( B )

12-298

A. 冷排凹印 B. 冷排胶印

C. 冷排凸印 D. 冷排网印

自考备考三件宝:  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件!

- 7.如果用网络分析技术来控制电视节目的制作周期,那么制作周期的长短取决于网络图上 ( C ) 9-240
- A.主要场景所用时间 B.各项工作所用时间之和  
C.关键路线所用时间 D.各个节点所用时间之和
- 8.在各报的《广告刊例》或《广告收费标准》中载明的广告费率,是 ( A ) 6-161
- A.公开费率 B.优惠费率  
C.差别费率 D.附加费率
- 9.将电话网提升为综合业务数字通信网的基础是使用 ( A ) 12-319
- A.数字程控交换机 B.步进制交换机  
C.纵横制交换机 D.电子程控交换机
- 10.印刷厂安排生产的基础是 ( A ) 4-94/95
- A.年度计划 B.季度计划  
C.月计划 D.周计划
- 11.我国新闻单位的劳动定额管理属于 ( D ) 10-270
- A.质量定额管理 B.工时定额管理  
C.效率定额管理 D.产量定额管理
- 12.狭义的新闻策划指新闻媒体的 ( B ) 3-83
- A.运作策划 B.报道策划  
C.战略规划 D.定位规划
- 13.按照公共关系学的观点,新闻单位既是一种社会组织,也是其他社会组织的 ( B ) 11-282
- A.主体 B.公众  
C.客体 D.媒介
- 14.我国对媒介广告经营活动进行管理的行政机构是 ( C ) 6-169
- A.新闻出版机关 B.商标管理机关  
C.工商行政管理机关 D.公安机关
- 15.报业集团的萌芽,可追溯至 19 世纪 60 年代出现的报业 ( B ) 13-338
- A.卡特尔 B.辛迪加

C.托拉斯D.康采恩

16.广播电视加入市场竞争的根本元素是 ( C ) 9-229

A.时间资源 B.受众资源

C.节目资源 D.频率资源

17.新闻采访是一种特殊的调查研究,这种特殊性主要表现在三个方面,即任务、方式和

( A ) 3-75/76

A.目的 B.公开性

C.过程 D.时效性

18. 1985年1月率先实现自办发行的报纸是 ( A ) 5-123

A.《洛阳日报》 B.《太原日报》

C.《天津日报》 D.《长江日报》

19.某电视台实行频道中心制,以频道为单位实施采编、广告等活动,这样划分部门的依据是 ( A ) 2-61

A.职能原则 B.产品原则

C.技术原则 D.位置原则

20.为了搞好多种经营,报社财务管理要建立“三统一分”的管理机制,其中的“分”指

( D ) 7-182

A.财务机构分离 B.财会人员分离

C.资金运营分离 D.经济核算分离

21.我国新闻单位后勤保障体系的改革方向是 ( B ) 10-266

A.走职能化的后勤服务之路B.走社会化的后勤服务之路

C.走部门化的后勤服务之路D.走专业化的后勤服务之路

22.报社办报收入是报社生存的基础,它包括报纸发行总收入和 ( B ) 8-214

A.报社印刷厂收入B.报社广告收入

C.报社多种经营收入 D.报社销售收入

23.新闻单位要处理好与造纸厂、印刷厂和邮局等经济协作单位的关系,首先要 ( D )

11-286

A.加强与这些单位的横向联系 B.注意对这些单位的“公关投资”

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- C.给予这些单位一定的经济优惠 D.承认这些单位利益要求的合理性
- 24.报业的行业市场分析主要是分析报业的 ( B ) 7-191  
A.经营条件 B.竞争环境  
C.读者需求 D.广告主要求
- 25.报社为编辑、出版、发行报纸所支出的费用称为 ( D ) 4-98  
A.固定成本 B.印刷成本  
C.销售成本 D.出报成本
- 26.新闻单位的领导体制一般可分为三大类别,它们是:一长制、委员会制和 ( C )  
2-56  
A.总编辑负责制 B.社(台)长负责制  
C.双轨制 D.民主集中制
- 27.报业集团关键的联系纽带是 ( B ) 13-355  
A.信息联系 B.资产联系  
C.行政联系 D.党务联系
- 28.报社资金筹集的基本准则是成本最低和 ( B ) 8-200  
A.金额最大 B.风险最小  
C.利润最大 D.速度最快
- 29.对报纸经营来说,订阅这种发行方式的最大好处是发行量稳定,并能( C ) 5-107  
A.先期了解读者群的构成 B.减少报纸发行支出  
C.先期获得一笔流动资金 D.及时调整编辑方针
- 30.在现代企业制度下,新闻单位应实现 ( C ) 1-32  
A.编辑权与经营权的分离 B.所有权与经营权的分离  
C.出资者所有权与法人财产权的分离 D.法人财产权与受众接近权的分离

## 二、多项选择题(本大题共5小题,每小题2分,共10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,请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

- 31.狭义的管理包括若干为保证一个单位的全部业务活动正常开展而实施的程序化活动,这些活动是 ( A B C D E ) 1-1/2

本档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

A.计划 B.组织

C.指挥 D.协调

E.控制

32.新闻策划的第二项操作步骤是拟订报道设计方案,这种方案应该包括(ABCDE)

3-83

A.报道人员 B.发稿计划和规模

C.报道内容 D.版面地位和形式

E.报道过程

33.报业的主业是(AC) 1-37

A.广告 B.出版

C.发行 D.印务

E.咨询

34.国际上流行的视听率调查方法是(ABDE) 9-264/265

A.挨户访问 B.电话访问

C.抽样调查 D.日记调查

E.仪器测量

35.与其他公共关系工作一样,媒介推广工作也(ABCD) 11-281

A.以社会公众为对象 B.以形象为中心

C.以传播媒介为手段 D.以管理为依托

E.以经济效益为目标

三、填空题(本大题共10小题,每空1分,共10分)

请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

36.电脑技术与通信技术的结合正在从根本上提升新闻技术的水平,并导致新闻传播方式的巨大变革。12-296

37.我国新闻单位的人力资源管理,既有行政事业单位的干部管理性质,又有企业单位的劳动管理性质。10-269

38.自办广告公司的报社,兼有广告代理人的身份。7-183

39.报纸的产量以千印张为单位。4-99

本档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

40.广播电视节目栏目化播出的最大特点是节目播出的“定期、定时和定量”。9-250

41.某报社每一个部门都是一个传统意义上的小编辑部,这表明该报社的管理机制以专业部为中心。3-79

42.报社经营类型主要是指报社在从事经济活动时的销售收入结构的类型。8-213

43.新闻单位开展公共关系工作有两个优势,一是掌握传播渠道,二是深受公众瞩目。  
11-283

44.我国报业集团确定采用何种组织模式和运行方式时应该依据两个原则,一是有利于舆论导向,二是有利于提高经济效益。13-349

45.我国新闻单位的单一型媒体格局主要表现在两个方面:一是媒体品种的单一;二是媒体经营的单一。2-70

#### 四、名词解释(本大题共5小题,每小题3分,共15分)

46. 委员会制 2-56

答:委员会制又称合议制、集体领导制。其特点是新闻单位的领导权,特别是法定决策权和控制权由两个以上的领导者行使,按少数服从多数的原则进行决策。

47. 印刷企业的成本 4-97/98

答:印刷企业的成本就是印刷生产所耗费的有形或无形资源的总和。

48. 固定资产 8-201

答:固定资产是指使用年限在一年以上,单位价值在规定的标准以上,并且在使用过程中保持原有物质形态的资产(有人把无形资产也作为固定资产)。

49. 结构工资制 10-271

答:结构工资制又称多元化工资制,它是根据决定工资的不同因素和工资的不同作用将工资划分为几个不同的部分,共同构成报酬的一种工资制度。

50. 非线性编辑系统 12-312

答:非线性编辑系统(NLE: Nonlinear Editing System)指的是使用盘式存储媒体进行编辑的数字化音频视频后期制作系统。

#### 五、简答题(本大题共3小题,每小题5分,共15分)

51. 除“双重出售”以外,新闻产品的商品性还表现出哪些特点? 1-13/14

答:新闻产品商品性的最大特点是“双重出售”。这一特点给新闻产品提供了售价低于成本的可能性。除此之外,新闻产品的商品性还表现出如下一些特点:

- (1) 使用价值的不确定性。
- (2) 价值保持期限的短促性。
- (3) 一次性生产,一次性消费。
- (4) 推销范围有限。

本文档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

(5) 参与性强。

52. 默多克的经营之道给我们什么启示? 13-366

答: 默多克的经营之道在于, 以其高超的资本运作能力, 不断在各大洲购进多种媒体, 然后通过众多的媒体和先进的技术抢占市场, 再通过五花八门的传播内容吸引受众, 获得了超乎寻常的跳跃发展。以资本经营为基础, 其运作方式主要表现为以下几个方面:

(1) 将传播媒介扩张所必需的软件系统(传输内容)预先准备好, 实行软、硬件(传输系统)的纵向一体化。

(2) 适应媒介进入国的政治、文化背景, 采取尽可能灵活的策略, 使政治色彩减少到最低点。

(3) 总是与最有力的对手合作。

(4) 预测并及时把握各国法律对传媒放宽限制的趋势。

(5) 追求规模效益和新技术带来的优势。

53. 增加电视广告收入有哪些途径? 7-196

答: (1) 增加播出时间。

(2) 增加特约广告, 增加黄金时间的播出。

六、论述题(本大题共2小题, 每小题10分, 共20分)

54. 为什么说建立我国的报纸发行量稽核制度具有重要意义? 5-115/116

答: (1) 目前, 就我国报业市场现状来看, 产业化操作刚刚启动, 相关的法律、法规还很不健全, 建立我国的发行量稽核制度对规范报业市场, 发展报业经济, 将产生巨大的推动作用。

(2) 可以促进报纸质量的提高。报纸发行量是衡量报纸影响力的重要指标之一, 但在我国, 长期以来, 却是一个十分敏感的问题, 很多报社都对其讳莫如深, 以致造成“报纸发行无定数”。有了ABC以后, 就有了公布这些“天机”的有效途径, 加入ABC的会员单位可以非常容易地获得有关报纸发行量的准确数据。特别是随着计算机网络的发展与普及, 各个ABC相继开辟自己的网页, 使人们在任意一个时间能够迅速而轻松地得到有关发行量的资料和信息。这就迫使报人集中力量办报, 以质量去拓宽市场, 争取更多的读者, 扩大发行量。从这个角度上说, 建立我国ABC, 对于实施办报的精品战略意义重大。

(3) 有利于规范报纸广告市场。报纸广告市场的竞争说到底就是报纸发行量的竞争。我国报纸发行量的“不确定性”, 给广告客户选择报纸带来了极大的困惑, 而且报纸的广告部门往往还利用这种“不确定性”和广告客户做些“模糊交易”, 甚至不惜采用一些不正当的手段, 诸如打折、给回扣等, 这必然造成广告市场混乱无秩序的状况。广告客户迫切需要有关报纸发行的权威资料。有了ABC, 广告客户就可以放心地使用经过核实的发行量数据、资料。同时政府管理机构或者司法机构可以根据这些权威的发行量数据来实施管理, 以捍卫交易原则的公正性, 确保广告市场竞争的有序性。

(4) 可以促进我国报业市场竞争的规范化。报纸在发行量问题上弄虚作假, 甚至演化为对其他报纸的贬低和攻击, 不仅直接损害了广告商的利益, 也在社会公众中造成了非常不利的影 响。市场经济是法制经济, 报业市场讲求规范、公平, 有ABC以后, 各种报纸可以公平地进行发行量的比较, 靠自身的实力拓展生存空间。一些发行量大的报纸往

往又是报业经济发展快的报纸, 极具向报业集团冲击的可能性。因此, 这样的机制可以营造一种良性的竞争环境, 非常有利于报业集团的培植与发育。

55. 媒介广告为什么应该真实、负责、公正、正派? 6-172/174

答: (1) 真实是广告道德的第一原则。媒介广告面向大众, 受众视听广告, 希望从广告中得到真实的信息, 以此指导购买与消费, 如果广告说的是假话, 广告宣传就会从利益上与心理上伤害消费者。当前, 不少广告的真实性受到公众的指责, 今天的消费者较之过去更不能容忍虚假不实广告。

(2) 媒介广告还应遵循负责的原则。因为广告面向社会广大公众, 广告影响所及已超出“购物指南”的作用, 广告对人们的生活方式、消费习惯、处世待人、环保意识等等都会发生影响。广告如果不注意公共利益, 甚至危害社会公益, 就会引起人们的公愤和反感, 这不仅危害企业和产品的信誉, 也会波及整个广告行业。从广告经营者与广告发布者来说, 经营收入来自广告客户, 但广告效果最终是由受众决定的, 对受众负责也就是对广告客户负责, 两者在正常情况下是不矛盾的。广告经营企业和广告媒体应经常注意社会公众反应, 十分珍惜自己的公众形象。

(3) 公正是指媒介广告应遵守社会公德, 光明正大。此原则的核心是反对不正当的竞争。

(4) 现代市场经济是一种契约经济和信用经济。遵守契约, 讲求信誉, 是社会化大生产的要求。广告要达到促销目的, 要树立企业或产品形象, 首先要讲信誉, 要正派。否则, 不管创意如何诱人, CI 策划如何成功, 策略运用如何周到, 都不过是“高明的骗术”而已。广告活动主体之间也要讲信誉。广告主、广告经营者、广告发布者相互之间都应以诚相待。如从被委托者来说, 要对委托者承担保密责任, 泄露委托者的商业机密, 是一种不道德、不正派的行为; 被委托者还应信守合同规定, 在数量、质量和发布时间上均应按合同执行。

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!