

## 2008 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

### 国际公共关系 试卷

(课程代码 3295)

#### 一、单项选择题(本大题共 25 小题, 每小题 1 分, 共 25 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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 真正意义上的公共关系起源于 19 世纪 30 年代在美国风靡一时的  
【 B 】 1-2

- A. 便士报运动
- B. 报刊宣传活动
- C. 新闻界的清理垃圾运动
- D. 公共关系职业实践

2. 跨文化传播与交流的障碍除了有文化认知体系的差异及文化规范体系的差异外, 主要还有

【 D 】 1-21

- A. 心理差异
- B. 价值观差异
- C. 政治体制差异
- D. 语言和非语言符号系统

3. 当今世界上最大的公关服务网络是美国的 【 A 】 1-10

- A. 世界传播集团公司
- B. 万博公关集团公司
- C. 伟达公关集团公司
- D. 博雅公关公司

4. 国际公共关系协会出版的刊物《国际公共关系评论》现更名为 【 D 】 1-3

- A. 《公关世界》
- B. 《国际公关》
- C. 《舆论》
- D. 《前沿》

5. 广义的国际传播包括跨越世界是大众传播和

【 C 】 2-49

- A. 媒体传播
- B. 组织传播
- C. 人际传播
- D. 间接传播

6. 世界上第二大传媒公司是 2-53

【 C 】

- A. 美国在线时代华纳公司
- B. 德国贝塔斯曼集团
- C. 美国迪斯尼公司
- D. 美国维亚康姆公司

7. 被誉为“世界史库”的国际性传播媒介是 2-68

【 C 】

- A. 纽约时报
- B. 新闻周刊
- C. 时代周刊
- D. 美国之音

8. 1900 年, 美国各地的新闻联合社合并, 组成全国统一的美联社, 总部设在  
2-75 【 B 】

- A. 华盛顿
- B. 纽约
- C. 旧金山
- D. 波士顿

9. 公共事务的评估方法是 【 A 】  
3-92

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理免费提供下载, 请勿商用!

- A. 定点比较 B. 量化比较  
C. 价格评估 D. 效果考核
10. 全面质量管理在 20 世纪 80 年代开始被应用于 3-92  
【 A 】  
A. 市场营销领域 B. 公共关系领域  
C. 国际公共关系领域 D. 公共部门领域
11. 有关环境保护的议题和“克隆人”的议题属于 3-95  
【 A 】  
A. 普遍性议题 B. 倡议性议题  
C. 局部性议题 D. 专业性议题
12. 游说(lobbying)最早出现在英国的时间是 【 C 】  
3-102  
A. 15 世纪 B. 16 世纪  
C. 17 世纪 D. 18 世纪
13. 财经活动的核心是 【 C 】  
4-115  
A. 财经数量 B. 财经效率  
C. 财经信息 D. 财经人员
14. 建立良好的国际财经公共关系的第二步骤是 【 B 】 4-120  
A. 制定国际财经公关计划 B. 选择公关公司或顾问  
C. 国际财经公关培训 D. 国际财经公关传播
15. 企业在海外发行股票的“沉默期”，也被称为“注册登记期”，指的是从公司开始了公开上市的计划到注册登记说明书正式生效的时间。其时间为 【 C 】  
4-126  
A. 30 天 B. 60 天  
C. 90 天 D. 100 天
16. 投资者关系工作的根本内容是 【 D 】 4-138  
A. 吸引投资者 B. 制定投资政策  
C. 制定投资原则 D. 信息披露
17. 引领了环境保护主义，并对“科学控制自然”这一不灭的信念提出了质疑的是 【 B 】 5-152  
A. 《沙乡年鉴》 B. 《寂静的春天》  
C. 《我们共同的未来》 D. 《蒙特利尔议定》
18. 环境保护成为人类社会普遍关注的一个议题是 【 D 】 5-152  
A. 20 世纪 30 年代 B. 20 世纪 40 年代  
C. 20 世纪 50 年代 D. 20 世纪 60 年代
19. 绿色传播的七步“质量模式”的首要步骤是 【 A 】 5-172  
A. 量化公众 B. 了解公众

- C. 提出问题 D. 采取行动
20. 20 世纪 90 年代中后期, 是 CIS 在我国发展的 6-191 【 A 】  
A. 调整阶段 B. 萌芽阶段  
C. 模仿阶段 D. 成熟阶段
21. 对于企业而言, 导入 CIS 是一项复杂的系统工程, 一般要经过一个大致相同的原则性程序, 即经过 6-203 【 A 】  
A. 提出问题—现状调查—提出建议—实施  
B. 现状调查—提出问题—提出建议—实施  
C. 提出建议—现状调查—提出问题—实施  
D. 提出问题—提出建议—现状调查—实施
22. 美国电话电报公司的企业标志, 运用的企业标志设计方法是 【 B 】  
6-219  
A. 汉字演化法 B. 等线演变法  
C. 数字组合法 D. 字母构形法
23. 在西方发达资本主义国家市场经济发展的历程中, 现代营销观念和实践的发展经历了三个阶段。其中第一个阶段 7-237 【 B 】  
A. 以销售为中心 B. 以生产为中心  
C. 以消费者为中心 D. 以广告、宣传为中心
24. “关系营销”是 7-260 【 D 】  
A. 广告与公共关系组合的产物 B. “广告与人员推销相组合的产物”  
C. 广告与直接营销相组合的产物 D. 公共关系与直接营销相组合的产物
25. 以下被称为整合三角模式的是 7-265 【 A 】  
A. 以品牌讯息为核心的整合营销传播模式  
B. 以客户为中心的基本模式  
C. 邓肯的 4 层整合模式  
D. 以数据库人手的整合营销传播模式

## 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。

26. 国际公关调研的内容主要有 【 BCE 】 1-29/30  
A. 组织开展公关活动的目标 B. 组织的国际社会环境  
C. 组织的自身状况 D. 组织的国际地位  
E. 组织面对国际公众的情况
27. 在国际传播主体中, 跨国传 2-53 【 CDE 】  
A. 世界新闻广播 B. 莫斯科广播电台  
C. 美国迪斯尼公司 D. 美国维亚康姆公司  
E. 德国贝塔斯曼集团
28. 除公共关系调查和环境监测的方法外, 常用的议题监测方法是 3-98/99 【 ABCDE 】  
A. 议题趋势影响分析法 B. 议题发展趋势推演法

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理免费提供下载, 请勿商用!

- C. 交叉影响分析法                      D. 计算机模拟环境法  
E. 剧本写作法
29. 企业识别系统与企业文化的具体表现在  
【 ABD           】 6-194  
A. 体系不同                              B. 实施的策略不同  
C. 实施的内容不同                      D. 实施的主体不同  
E. 实施的目的不同
30. 整合营销传播中, 整合的基本原理是                      7-247                      【 AB   】  
A. 战略                                      B. 协同  
C. 共享                                      D. 互动  
E. 策略

### 三、名词解释题(本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

31. 直接游说 3-102

答:

直接游说。是指通过与立法者或政府官员的直接接触, 对待决的议案或法规的投票或决定施加影响。直接游说靠的主要是人与人之间的交流。

32. 投资者关系 4-132

答:

投资者关系: 是指上市公司(包括拟上市公司)与公司的股权、债权投资人或潜在投资者之间的关系。也包括在与投资者沟通过程中, 上市公司与资本市场各类中介机构之间的关系。

33. 环保公关 5-157

答:

环境保护公共关系简称环保公关, 或称“绿色传播”, 系指任一社会组织或个体为实现可持续发展的共同社会目标, 就绿色环保主题或问题而与公众进行的有计划、持续的信息交流。

34. CIS 6-188

答:

CIS 是通过对企业理念的精神层面、行为层面和视觉设计层面的各种要素进行有目的、有计划的规范和整合, 塑造企业独特个性和精神内涵的经营活动和管理职能。

### 四、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

35. 简述我国开展国际公共关系存在的不足及改进方法。 1-15/16/17

答:

不足点表现在以下几个方面:

(1) 对国外传媒缺乏深入了解, 对国外传媒与政治的互动缺乏充分认识, 与国外传媒的联系与合作不够。

(2) 对国际游戏规则了解甚少, 对通过非正式外交渠道影响对方政府的行为缺乏研究。

(3) 对政府、企业形象策划不够重视, 难以获得外交、政治、经济和文化等方面的机会和收益。

改进方法有以下几点:

本文档资源由考试真题软件网 ([down.examebook.com](http://down.examebook.com)) 搜集整理免费提供下载, 请勿商用!

- (1) 要加强媒体沟通。
- (2) 重视文化传播。

36. 简述国际传播的含义及特征。2-49/50/51

答:

国际传播大体上可以分为广义和狭义两大类。

广义的国际传播包括跨越国界的大众传播和人际传播,全面涉及到了国际信息传播现象,其内容和形式非常广泛。

狭义的国际传播仅指跨越国界的大众传播。大众传播是利用报纸、杂志、广播、电视、互联网等传播媒介从事的信息传播活动。

国际传播的特征有以下几点:

一、政治性

国际传播与国家或民族利益紧密联系在一起,因此它具有很浓厚的政治色彩。国家传播充满着国家或民族利益之间的矛盾、冲突、妥协。

二、跨文化性

国际传播主要是针对外国不同文化背景的受众而进行的传播活动,因此国际传播的传播范围是以跨国界、跨语言、跨文化为特征的。

三、多元性

多元性是目前国际传播的重要特征和发展趋势,具体表现在国际传播的目的日趋多元化;传播内容和传播方式多样化等方面。

37. 简述环保公关的可持续性发展理念。5-164

答:

可持续发展既满足当代人的需要,又不对后代人满足其需要的能力构成危害的发展。

可持续发展的内涵有:

- (1)可持续发展的公平性内涵。
- (2)可持续发展的持续性内涵。
- (3)可持续发展的共同性内涵。

38. 简述财经传播的主要要素。4-114

答:

财经传播也包含以下几个主要要素:传播者、受传者、传播信息、传播渠道、反馈和噪音。

30. 简述整合营销传播中的协同原理的核心理念。7-250

答:

整合营销传播中的协同包含以下核心理念:

- (1)价值链的整体优化。
- (2)准确的定位陈述。
- (3)以协作为基础,实现各营销传播元素的整合。
- (4)以产品设计为起点,进行市场信息的聚焦和辐射。
- (5)以协同管理、提升价值为核心理念进行营销传播元素的整合。

## 五、论述题(本大题共 2 小题，每小题 9 分，共 18 分)

40. 论述企业理念系统的设定程序。6-211/212

答:

概括而言，包括 5 个步骤：

- (1) 设定企业理念的诉求方向。
- (2) 确立企业理念系统的基本要素。
- (3) 企业理念要素的书面呈现。
- (4) 语言要力求精炼、概括和内涵丰富。
- (5) 论证与检验。

41. 论述整合营销传播的基本手段。7-250/251/252/253/254/255/256

答:

(一) 广告

广告是特定的广告主通过大众媒体向受众进行的有偿的劝说性非个人的传播活动。

(二) 公共关系

公共关系作为一种管理功能，它建立和维持组织与公众之间互利互惠的关系。

(三) 人员推销

人员推销是一种以人际沟通的形式，由销售人员面对面、一对一地向客户或潜在购买者进行劝说以推销产品、服务或接受一种观念，并促使对方采取购买、接受行为的整合营销传播方式。

(四) 销售促进

销售促进，也被简称为“促销”，是指“以创造一种即时的销售为主要目的，对销售人员或最终消费者提供一种额外的价值或奖励的一种激励。”

(五) 工业设计

设计作为营销上的重要一环也是现代整合营销传播所研究的重要内容。

(六) 直接营销

直接营销是一套互动营销体系，买卖双方都有发言权。

## 六、案例分析题(本大题 10 分)

42. 顾客永远是正确的

英国航空公司所属波音 747 客机 008 号班机，准备从伦敦飞往日本东京时，因故障推迟起飞 20 小时。为了不使在东京候此班机回伦敦的乘客耽误行程，英国航空公司通过广播、面谈等手段，及时将此事告之乘客，并帮助这些乘客换乘其他公司的飞机。共 190 名乘客欣然接受了英国航空公司的妥当安排。但其中有一位日本老太太叫大竹秀子，说什么也不肯换乘其他班机，坚决要乘 008 号班机。实在无奈，原以另有飞行安排的 008 号班机只好照旧到达东京后再飞回伦敦。

一个罕见的情景出现在人们的面前：东京—伦敦，航程达 1.3 万公里，可是英国航空公司的 008 号班机上只载着一名旅客，这就是大竹秀子。她一人独享该机的 353 个飞机坐席以及 6 位机组人员和 15 位服务人员的周到服务。有人估计说，这次只有一名乘客的国际航班使英国航空公司至少损失约 10 万美元，

从表面上看，这的确是个不小的损失。可是，从深一层来理解，它却是一个无法估  
本文档资源由考试真题软件网 ([down.examebook.com](http://down.examebook.com)) 搜集整理免费提供下载，请勿商用!

价的收获。当企业组织与顾客之间发生矛盾时，顾客未必总是正确的，但“顾客永远是正确的”。

正是由于英国航空公司一切为顾客服务的行为，利用传播的基本程序和模式，在各国来去匆匆的顾客心目中换取了一个用金钱也难以买到的良好企业形象。

请你结合传播的基本程序和模式，运用拉斯韦尔的五 W 模式，阐述分析这以案例。7-245 答：

现代传播学的创始人之一拉斯韦尔 ( H. Lasswell) 于 1948 年在《传播的社会职能与结构》一文中提出了“五 W 模式”：“描述传播行为的一个方便的方法，是回答下列五个问题：

- (1) 谁 (Who)? 英国航空公司
- (2) 说什么 (Says what)? 从伦敦飞往日本东京时发生的故障
- (3) 通过什么渠道 (Through which Channel)? 广播、面谈等手段
- (4) 对谁 (To whom)? 乘客
- (5) 取得什么效果 (With what effect)?” 在各国来去匆匆的顾客心目中换取了一个用金钱也难以买到的良好企业形象

qq593777558