

## 2007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)

本试卷共10页, 满分100分; 考试时间150分钟。

#### 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. 公共关系作为一种职业和学科, 最早产生于 【 C 】 1-1  
A. 日本 B. 英国  
C. 美国 D. 法国
2. 1904年, 世界上第一家现代意义的公共关系事务所出现在 【 D 】 1-3  
A. 法国 B. 英国  
C. 德国 D. 美国
3. 国际公共关系协会成立于 【 C 】 1-3  
A. 1945年 B. 1948年  
C. 1955年 D. 1966年
4. 2008年的第17届世界公关大会已定在 【 B 】 1-3  
A. 美国纽约召开 B. 中国北京召开  
C. 英国伦敦召开 D. 日本东京召开
5. 国际公关工作的客体是 【 B 】 1-20  
A. 世界各国 B. 国际公众  
C. 外国人民 D. 国外消费者
6. 国际公共关系的本质是 【 C 】 1-20  
A. 跨地域传播 B. 跨地域传播管理  
C. 跨文化传播 D. 跨国传播沟通
7. 狭义的国际传播仅指跨越国界的 【 A 】 2-49  
A. 大众传播 B. 组织传播  
C. 人际传播 D. 间接传播
8. 国际传播的主要行为者是 【 B 】 2-51  
A. 国际公关公司 B. 国家的官方机构  
C. 国际新闻机构 D. 跨国传媒公司
9. 世界上第一家通讯社哈瓦斯社现在的名字是 【 A 】 2-71  
A. 法新社 B. 美联社  
C. 合众国际社 D. 路透社
10. “减少申请获得政府资金所需的书面工作”属于公共事务对组织哪个部门的贡献? 【 B 】 3-89  
A. 市场营销部门 B. 会计部门  
C. 生产部门 D. 人力资源部门
11. 公共事务主要的、核心的工作内容是 【 A 】 3-94

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!



- 了三个阶段。其中第二个阶段是 【 A 】 7-237
- 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

25. 德弗勒在《大众传播理论》中提出了 【 D 】 7-270
- A. 传播的直线模式 B. 传播的循环模式  
C. 传播的双行为模式 D. 传播的环形模式

## 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. 国际公关策划的内容一般包括 【ABCE】 1-31
- A. 明确国际公关活动的具体目标 B. 制定传播战略  
C. 进行经费预算 D. 选择交通工具  
E. 作好时间安排
27. 国际传播主体中, 以国家官方机构身份从事国际信息传播的机构有 【ABCD】 2-52
- A. 美国新闻署 B. 自由亚洲广播电台  
C. 自由欧洲广播电台 D. 马蒂电视台  
E. 美国在线时代华纳公司
28. 直接游说常用的手段通常有 【 BC 】 3-103
- A. 利用大众媒介 B. 交流信息  
C. 款待 D. 写信运动  
E. 请名人演讲
29. 财经传播包含的主要要素有 【ABCDE】 4-114
- A. 传播者 B. 受传者  
C. 传播信息 D. 传播渠道  
E. 反馈和噪音
30. CIS 手册的编写和制作需要遵守的原则和要求有 【ACDE】 6-222
- A. 保持严谨细致的态度 B. 注重规范的精神  
C. 编排要注意可行性 D. 编排要注意实用性  
E. 注意系统性和完整性

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

31. 国际公共关系 1-19

答:

国际公共关系即一个组织在本国以外地区针对国外公众开展的公共关系活动, 或其所进行的对国外公众有着显著影响的公共关系工作。

32. 狭义的国际传播 2-49

答:

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。

33. 公共事务 3-88

答:

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!

公共事务的定义是:

从广义上看, 它可以被定义为组织的所有非商业化行为;

从狭义上说, 公共事务指的是组织涉及的政治活动及其与政府的关系。

34. 财经传播 4-113

答:

简单地说, 财经传播就是集上市公关、融资公关和投资者关系于一体的现代传播方式。

四、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

35. 简述当今公共政策环境的特点。 3-89/90

答:

- (1) 信息爆炸。
- (2) 政府对公共安全、教育、基础设施等问题的重视。
- (3) 对道德的强调
- (4) 特殊利益集团力量的加强。
- (5) 全球化视角。

36. 简述建立良好国际财经公共关系的步骤。 4-119/120

答:

(1) 第一步, 制定国际财经公关计划。国际财经公关计划包括: 国际财经公关目标、国际财经公关分析、国际财经公关执行方案和国际财经公关决策。国际财经公关决策是国际财经公关计划的核心, 指企业组织对如何运用有限资源以达到目标的途径和方法做出抉择的过程。

(2) 第二步, 选择公关公司或顾问。聘请一家专业的国际财经公关公司是建立良好的国际财经公共关系的重要途径。

(3) 第三步, 国际财经公关培训。国际企业在国际财经公关活动中要讲究策略, 控制发言人的数量, 提高发言人和其他的公关活动参与人员的水平。

(4) 第四步, 国际财经公关传播。国际财经公关的传播手段有很多, 如召开新闻发布会, 利用广播、电视、出版物等其他信息渠道。

(5) 第五步, 国际财经公关评估。企业组织应该对自己的国际财经公关计划的执行结果及制订的政策有效性进行持续不断的跟踪评估。

37. 简述绿色传播的理念。 5-166/167

答:

绿色传播理念的含义可以概括为: 在环保公关中, 要以绿色为目标导向, 大力激发人们的绿色意识; 主动地促发、支持和参与以绿色为主题的社会环保行动; 积极倡导和实施可持续传播。

(1)绿色传播应该体现绿色, 以“绿色”为目标导向。

(2)绿色传播应该大力激发全社会的绿色环保意识。

(3)绿色传播应该积极倡导和实施可持续传播。

38. 简述企业理念系统的设定程序。 6-211/212

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!

答:

- (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。

39. 简述中国企业 CIS 的国际化推进策略。6-228

答:

- (1) 重视 CIS 在国际化进程中的重要作用。
- (2) 适时聘请具有国际化实践经验的专业咨询顾问类公司。
- (3) 大胆使用国际化环境中的本地化人才。
- (4) 加强学习国际规则, 争取以国际化的企业行为取胜。
- (5) 不断总结国际化过程中的经验教训, 完善企业的 CIS 体系。

## 五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 9 分, 共 18 分)

40. 论述环保公关的特点。5-161/162

答:

环保公关的特点有以下几点:

### (一) 广泛性

环保公关主体和公众在概念上具有广泛性。环保公关中, 其行为的主体, 除了社会组织之外, 还包括个人。组织机构的环保理念和目标, 只有变成每个人的共识和行动, 才是一种可持续的行动。

### (二) 共同性

共同性也称“同质性”。它有两层含义: 一是指环保公关因“环境问题”而生, 环境问题即成为环保公关主体与公众之间的同质性问题; 二是指环境问题构成一切环保公关活动共同关注的主题。

### (三) 公益性

环保公关以社会公共利益为其行为的目标导向。环保公关的最高准则和终极目标是它的社会公益性。

### (四) 持续性

环保公关是一种长久的持续的行动。社会公众环保意识和观念的提升, 需要环保公关人持续不懈的努力。

### (五) 国际性

环保公关日趋国际化。

首先, 环保公关起源于美国, 此后在世界其他国家蔓延。

其次, “环境无国界”是近年来出现的重要的国际政治概念。

未来生态工业文明领先的, 将主导世界的格局。

41. 论述整合营销传播系统模式的原理与原则。7-268/269

答:

- (1) 优势互补原则, 更好地具体在操作过程中能够实现取长补短。

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!

- (2) 协调有序原则，需要事先制订周密的整合经济传播计划。
- (3) 一种声音原则，避免传播过程中出现噪音的必要手段，提升广告有效性和可信用卡度的绝佳途径。
- (4) 受众需求原则，整合必须按照受众的意愿、需要和习惯来进行。
- (5) 以数据库为基础原则，以数据库为基础的是整合营销传播最重要的理论基础之一。

## 六、案例分析题(本大题 10 分)

### 42. 肯定个人尊严

作为世界上最大的通信、电子业跨国公司，摩托罗拉在中国改革开放之初就通过销售产品(无线对讲系统、蜂窝电话系统等)方式进入中国市场。摩托罗拉公司这样阐述自己对人力资源的看法：“人才是摩托罗拉最宝贵的财富和胜利源泉。摩托罗拉公司将人才的投资摆在比追求单纯的经济利益更重要的位置。尊重个人是摩托罗拉在全球所提倡的处世信念。为此，摩托罗拉将深厚的全球公司文化融合在中国的每一项业务中，致力于培养每一个员工。”尊重个人，肯定个人尊严，构成了摩托罗拉企业文化的最主要内容。

具体来说，摩托罗拉将“尊重个人”理解为：以礼待人，忠贞不渝。提倡人人有权参与，重视集体协作，鼓励创新。摩托罗拉公司通过为员工提供培训、教育、专业发展机会，后勤保障，公司内部沟通等方式，来实现对个人尊严的肯定。

#### 一、培训和专业发展机会

公司制定了培训计划，向公司中层和高层输送管理人才，以实现由中国人负责公司的管理和决策，从而加速人才本土化的进程。目前，在摩托罗拉(中国)电子有限公司中，经理主管一级已有 100 多名中国人，占该层管理者的 51%。在几年的时间里，摩托罗拉每年都选派 600 多名中国员工到其美国工厂去参加技术会议、工程师设计会议以及技术培训。

除内部教育和培训外，摩托罗拉还支持、组织员工参加全国经济统计专业职称技术资格考试、职称外语考试、质量认证培训等。

#### 二、众多沟通方式

1998 年 4 月，摩托罗拉(中国)电子有限公司推出了“沟通宣传周”活动，内容之一就是向员工介绍公司的 12 种沟通方式。比如：

1. 我建议：书面形式提出您对公司各方面的改善建议，全面参与公司管理。
2. 畅所欲言：保密的双向沟通渠道，您可以对真实的问题进行评论、建议或投诉。
3. 总经理座谈会：定期召开的座谈会，您的问题会在当场得到答复，7 日内对有关问题的处理结果予以反馈。
4. 内部刊物：《大家》、《移动之声》等杂志可以使您及时了解公司的大事动态和员工生活的丰富内容。

公司每年都召开高级管理人员与员工沟通对话会，向广大员工代表介绍公司经营况、重大政策等，并由总裁、人力资源总监等回答员工代表的各种问题。

#### 三、一块铜匾

如果参观者来到摩托罗拉摆满奖杯奖章的“荣誉厅”，就会看到一块“先进党组织”的铜匾，这令很多人感到诧异。有人问：不是外资企业吗？怎么还允许党组织存在？党员活动受不受限制？外国老板怎样看中共党员？事实上，在摩托罗拉，“党员公开、组织公开，活动公开”。这里的老板对党员活动给予方便，给予支持，给予经费，真正做到肯定个人的尊严。他们这样解释：“有这么多的党员，如果不发挥他们的作用，就是资源的浪费！”从这个案例中，我们可以看到，构成摩托罗拉企业文化的最主要内容是：“肯定个人尊严”。

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！

试运用议题管理中的“议题分析”来分析这一案例。3-99

答：

在对识别出的议题加以分析时，需要回答以下问题：

- ① “什么” (what) ——该议题是什么？通过环境监测，对该议题知道些什么？议题发生的几率有多大？对组织的影响范围有多大？等等。
- ② “谁” (who) ——谁会受到影响？数量是多还是少？是大多数人还是一小部分特定人群？将会由谁来处理该议题？等等。
- ③ “何时” (when) ——议题的影响何时会被感觉到？是最近还是在将来？等等。
- ④ “如何” (how) ——该议题该如何解决？有哪些应对的策略？组织能够影响或改变议题发展结果的能力有多大？等等。
- ⑤ “多少” (how much) ——组织解决该议题的成本和代价是多少？组织应对该议题的能力、优劣势及资源状况如何？等等。

99593777558