

全国 2011 年 1 月自学考试国际公共关系试题
课程代码: 03295

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. 中国国际公共关系协会成立于(B)1-42
A. 1990 年 B. 1991 年
C. 1992 年 D. 1993 年
2. 公共关系作为一种职业和学科, 最早产生于(C)1-1
A. 英国 B. 日本
C. 美国 D. 中国
3. 当今世界上最大的公关服务网络是(C)1-10
A. 万博宣伟公关公司 B. 博雅公关公司
C. 世界传播集团公司 D. 伟达公关公司
4. 人们通常认为信息传播革命的起始年是(D)1-7
A. 1958 年 B. 1955 年
C. 1948 年 D. 1945 年
5. 狭义的国际传播仅指跨越国界的(D)2-49
A. 间接传播 B. 组织传播
C. 人际传播 D. 大众传播
6. 国际公共关系的本质是(A)1-20
A. 跨文化传播管理 B. 异质文化的冲突
C. 国际公众间的交流 D. 树立政府形象
7. 被称为“媒介的媒介”的传媒是(D)2-65
A. 报纸 B. 电视
C. 网络 D. 通讯社
8. 被誉为“世界史库”的国际性传媒是(C)2-68
A. 《新闻周刊》 B. 《纽约时报》
C. 《时代周刊》 D. 《泰晤士报》
9. 全面质量管理兴起于(D)3-92
A. 20 世纪 50 年代 B. 20 世纪 60 年代
C. 20 世纪 70 年代 D. 20 世纪 80 年代
10. 游说(lobbying)最早出现在(A)3-102
A. 英国 B. 美国
C. 德国 D. 法国
11. 议题形成和发展历程的第二个阶段是(A)3-96
A. 成熟扩大期 B. 起源期
C. 解决期 D. 政策形成期
12. 财经活动中最重要的内容是(C)4-115
A. 财经政策 B. 财经目标
C. 信息传播 D. 投资方向

13. 国际财经传播的主体是(D)4-117
- A. 国际机构
B. 国际财团
C. 国际财经公众
D. 国际企业
14. 投资者关系管理起源于(B)4-133
- A. 日本
B. 美国
C. 英国
D. 法国
15. 大规模的环保组织国际网“国际地球之友”的发起者是(A)5-153
- A. 英国“地球之友”
B. 美国“地球之友”
C. 法国“地球之友”
D. 加拿大“地球之友”
16. 国际公关协会“第9号金皮书”发布的时间是(C)5-157
- A. 1991年
B. 1992年
C. 1993年
D. 1994年
17. 绿色传播七步“质量”模式的第三步是(A)5-172
- A. 提出问题
B. 了解公众
C. 量化公众
D. 采取行动
18. 从20世纪80年代中后期到90年代初,是我国企业导入CIS的(C)6-191
- A. 调整阶段
B. 萌芽阶段
C. 模仿为主阶段
D. 成熟化阶段
19. 企业的行为准则属于CIS的(B)6-211
- A. 行为识别系统
B. 理念识别系统
C. 视觉识别系统
D. 领导人个人识别系统
20. 美国电报电话公司的企业标志设计采用的方法是(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
21. 企业导入CIS一般要经过一个大致相同的原则性过程,即(A)6-202
- 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. 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。其中第三个阶段是(C)7-238
- A. 以销售为中心
B. 以生产为中心
C. 以消费者为中心
D. 以广告为中心
23. 香农和韦弗提出了传播的“数学模式”,这个由公式化的定义形成的一种直线式的通讯模式组成部分包括(A)7-246
- A. 四个正功能单元和一个负功能单元
B. 一个正功能单元和四个负功能单元
C. 四个正功能单元
D. 四个负功能单元
24. 整合营销传播基本手段中投入最大的是(B)7-251
- A. 公共关系
B. 广告
C. 人员推销
D. 工业设计
25. 1954年,传播学家奥斯古德提出了传播的(A)7-269
- A. 双行为模式
B. 循环模式

C. 环形模式 D. 直线模式

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. 下列属于非政府的跨国组织或团体的是(ABCDE)2-56

- A. 教会
- B. 国际红十字会
- C. 国际奥委会
- D. 世界环保组织
- E. 世界妇女大会

28. 投资者关系管理工作的主要内容包括(ABDE)4-138

- A. 目标受众与公共政策分析
- B. 多层面的信息渠道
- C. 专题公关活动
- D. 危机公关处理
- E. 投资者与公司战略

29. 企业识别系统与企业文化的区别具体表现在(ABD)6-195

- 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. 整合营销传播的思维系统包括横向思维和纵向思维, 下列属于横向思维的有(ABC)7-267

- A. 从分析到计划
- B. 从策略到目标分析到预算制订到执行计划
- C. 从监督到控制
- D. 从分析到策略和目标到监督
- E. 从计划到制定预算和执行计划到控制

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

31. 政府国际公共关系 1-23

答:

政府国际公共关系的定义: 是指一个国家的政府系统运用传播手段协调其与特定国际公众关系的活动。这一活动包括两种情况: 在本国境内与国际性公众交往; 在他国境内与国际性公众交往。

32. 定点比较 3-93

答:

定点比较是一种持续的、系统的方法。是通过比较的方法, 拿自己的部门去同水平更高的同行比较并向它们靠拢, 甚至赶超。

33. 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。

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!

34. 企业视觉识别 6-199

答：

它借助艺术设计的方法，综合运用符号、色彩、构图和空间造型等要素，通过形象化的手法集中表现企业的精神追求和价值取向，以丰富的形式向社会传播有关企业独特个性的信息。

35. 人员推销 7-253

答：

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、简答题(本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分)

36. 简述开展国际公关活动应当遵循的基本原则。 1-33

答：

- (1) 具备全球眼光
- (2) 重视地方特色
- (3) 遵守国际惯例
- (4) 坚持道德规范

37. 简述当今公共政策环境的特点。 3-89

答：

- (1) 信息爆炸。

信息爆炸已经改变了许多人的工作和生活方式。

- (2) 政府对公共安全、教育、基础设施等问题的重视。

各国政府对公共安全、教育、基础设施等有关社会根本问题的普遍重视，使得有关这些方面的问题不仅容易成为公共政策的关注对象。

- (3) 对道德的强调。

随着社会的发展，人们的价值观念也呈现多元化的趋势，对许多是非的判断已不像过去“非黑即白”那样简单，许多人开始叹息“世风日下”、“道德沦丧”。

- (4) 特殊利益集团力量的加强。

当今社会中，各种各样的特殊利益集团，如妇女组织、少数民族组织、消费者组织、老年人组织、环保组织等等，已经逐渐变得强大起来，而且还将继续强大下去。

- (5) 全球化视角。

当今世界已经进入全球一体化的进程。人们虽然远隔万里，却像生活在一个“村落”里一样。在这个“地球村”里，组织要想使自己更有竞争力，就必须具备全球化的视角。

38. 简述信息披露与战略沟通的成功要素。 4-141

答：

- (1) 组织管理高层的重视与支持。
- (2) 强有力的投资者关系负责人。
- (3) 有效使用公共关系传播手段。
- (4) 整合提升企业文化。

39. 简述 CIS 对企业的重要功能。 6-193

答：

- (1) 整体提升企业的品牌形象和影响力。
- (2) 提高企业根据变化了的市场应对消费者需求的能力。

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！

- (3) 提高企业自身的管理能力。
- (4) 激励企业自主创新和制度创新的能力。

40. 简述整合营销传播的缘起。7-238

答:

- (1) 20 世纪 80 年代以来市场和营销观念的变革。
- (2) 信息技术发展和因特网时代的冲击。
- (3) 大众传播媒体的弱化和分化。

41. 简述环保公关的绿色传播理念。5-167

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。

五、论述题(本题 10 分)

42. 论述国际传播的特征。2-49

答:

(1) 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。国际传播充满着国家或民族利益之间的矛盾、冲突、妥协。在各种各样的国际机构中，传播主体大多是以国家社会的代表的身份出现的，而大众传播媒介的国际报道也是以政治考虑为根本出发点，服务于本国利益。西方传媒在国内政策上也许与政府有分歧，但国际新闻报道在外交政策上却是与本国政府保持高度一致的。

(2) 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。国际传播与文化密切相关。文化是国家的标志，每个国家都有特殊的民族文化，体现在思维方式、世界观、人生观、价值观、道德观、信仰、风俗习惯、语言和非语言符号等方面。文化对国际问题、外交政策等都有深刻影响，国际传播中的政治、经济、安全层面都有其文化根源。从文化的视角看，国际传播基本上是一种跨文化的传播，不同文化的客观存在，不同文化的优劣短长，使得跨文化传播交流中由语言差异、宗教差异、价值观差异、社会习俗差异等等因素引发的障碍、冲突和误解很多。

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。20 世纪 90 年代以来，随着全球信息化进程和国际媒体商业化步伐的加快，国际传播在实现政治性目的和文化渗透目的的同时，也逐渐强化了其商业化目的，在开展国际传播活动的同时也可以追求商业利益；在传播内容方面，如果说过去主要涉及的是政治内容的话，那么现在国际传播所涉及的内容可以说无所不包，包括了政治、经济、文化、科技、军事和社会等各个方面。随着先进传播器材技术含量的提高，以及网络媒体的加入，提供了声音、图像、文本等全方位的国际信息服务，使国际传播的手段和形式越来越多样化，传播的速度不断地加快、信息量不断地扩大。

六、案例分析题(本题 10 分)

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!

43. “地球一小时”环保公关

“地球一小时”是世界自然基金会为节能减排而提出的一项倡议,希望个人、社区、企业和政府在每年3月最

后一个星期六的20:30—21:30熄灯1小时。该活动首次于2007年3月31日在澳大利亚的悉尼进行,有超过220万的家庭和企业关闭电灯1小时。随后,这项活动很快席卷全球。2008年,有35个国家的5000多万民众熄灯以表示他们对“地球一小时”的支持。2009年,88个国家4159个城市参与到这项活动中来。2010年3月27日,更是有多达120个国家的10亿人参与“地球一小时”活动。

2009年,中国开始参加“地球一小时”活动。北京的奥运场馆“鸟巢”和“水立方”、上海的东方明珠塔等著

名建筑都在3月28日20:30熄灯1小时,向世界传达中国应对气候变化、推动可持续发展的决心。2010年中国参与这项活动的城市多达33个。除此之外,世界自然基金会还在中国发起了“地球一小时低碳生活周”活动,具体包括:节约1公斤水资源、少用10张打印纸、少开1天私家车、拒绝使用塑料袋等。

目前,过量二氧化碳排放导致的气候变化已经极大地威胁到人类的生存环境,解决这个问题需要全世界人民的

共同努力。“地球一小时”活动成功地吸引越来越多的人关注气候变化,认识到节能减排的重要性,进而积极投身环保事业,倡导低碳生活方式,创造更加美好的生活环境。

问题:(1)结合案例阐释可持续发展的概念。5-164

(2)“地球一小时”活动体现了环保公关中可持续发展理念的哪些内涵?请结合案例加以分析。5-164

(1)答:

在本案例中,可以看到人们为了保护地球的生命力,减少资源的衰竭,提高人的生活质量,创造更加美好的生活环境才呼吁要“地球一小时”。事实上是在用了可持续发展的理念,也即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。世界自然保护同盟在其发表的一部具有国际影响的文件《保护地球》中,对可持续发展的概念做了进一步地阐述,并对一个持续发展的社会提出了9项原则,即:

- (1) 各种生命社团都应该受到尊重和爱护;
- (2) 提高人的生活质量;
- (3) 保护地球的生命力和多样性;
- (4) 减缓不可更新资源的衰竭;
- (5) 保持地球的负荷能力;
- (6) 使人的行为规范和实践符合持续发展的标准;
- (7) 使各社团能参与其自身的环境保护;
- (8) 在国家的水平上建立起综合发展与保护的总体框架;
- (9) 建立全球可持续发展的国际合作与秩序。

(2)答:

作为环保公关理念的可持续发展,有3个基本内涵:

一、可持续发展的公平性内涵。

“人类需求和欲望的满足是发展的主要目标”,但是,在人类需求方面存在很多不公平因素。对此,可持续发展倡导公平。

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!

1、倡导本代人的公平。可持续发展满足全体人民的基本需求和给全体人民机会以满足他们要求较好生活的愿望。要给世界以公平的分配和公平的发展权，要把消除贫困作为可持续发展进程特别重要的问题来考虑。

2、倡导代际间的公平。这一代不要为自己的发展与需求而损害人类世代代满足需求的条件。

二、可持续发展的持续性内涵。

可持续发展定义中包含“需要”和对需要的“限制”两个基本要素。其中，满足需要，首先是要满足贫困人民的基本需要。而对需要的限制主要是指对未来环境需要的能力构成危害的限制。因为这种能力一旦被突破，必将危及支持地球生命的自然系统——大气、水体、土壤和生物。为此，要求全社会树立一种持续发展的观念和意识，有节制地开发和利用地球资源，以普遍提供可持续生存的基本条件，如卫生、教育、水和新鲜空气，保护和满足社会最脆弱人群的基本需要，为全体人民，特别是为贫困人民提供发展的平等机会和选择自由。

三、可持续发展的共同性内涵。

可持续发展作为全球发展的总目标，所体现的公平性的、持续性的原则是共同的。并且，实现这一总目标，必须采取全球共同的联合行动。正如布伦特兰夫人在《我们共同的未来》中的前言：“今天我们最紧迫的任务也许是要说服各国认识回到多边主义的必要性”，“进一步发展共同的认识和共同的责任感，是这个分裂的世界十分需要的。”

本案例中，过量二氧化碳排放导致的气候变化已经极大地威胁到人类的生存环境这就就说明这不只是本带人生存的需要，也是为后代人的生存创造条件，体现了可持续发展的公平性内涵；同时，也体现了持续性的内涵；案例中要提出需要全世界人民的共同努力，这体现了可持续发展的共同性内涵。