

## 全国 2012 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. 国际公共关系的类型一般包括企业国际公共关系和 ( B ) 1-19  
A. 社团国际公共关系  
B. 政府国际公共关系  
C. 媒介国际公共关系  
D. 财经国际公共关系
2. 世界第一家现代意义上的公共关系事务所开业的时间是 ( A ) 1-3  
A. 1904 年  
B. 1903 年  
C. 1902 年  
D. 1901 年
3. 企业国际公共关系活动的核心是 ( C ) 1-24  
A. 跨文化传播管理  
B. 追求利益最大化  
C. 建立本企业组织的良好形象和声誉  
D. 寻找国际合作伙伴
4. 广义的国际传播包括跨越国界的人际传播和 ( A ) 2-49  
A. 大众传播  
B. 组织传播  
C. 媒介传播  
D. 间接传播
5. 第一家出版发行中文版的美国新闻杂志是 ( B ) 2-69  
A. 《纽约时报》  
B. 《新闻周刊》  
C. 《时代周刊》  
D. 《华盛顿邮报》
6. 世界上人数最多的通讯社是 ( B ) 2-81  
A. 美联社  
B. 路透社  
C. 法新社  
D. 合众国际社
7. 法新社的前身是 ( C ) 2-71  
A. 法国社  
B. 塔斯社  
C. 哈瓦斯社  
D. 合众社
8. “议题管理”概念的提出者是 ( A ) 3-96  
A. 豪沃德·钱斯  
B. 罗伯特·希斯  
C. 菲利普·莱斯利  
D. 唐·舒尔茨
9. 公共事务的评估方法是 ( D ) 3-92  
A. 纵向比较  
B. 横向比较

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. 量化比较  
D. 定点比较
10. 游说的基本形式主要有 ( C ) 3-102  
A. 草根游说和草尖游说  
B. 个人游说和组织游说  
C. 直接游说和间接游说  
D. 贿赂游说和利诱游说
11. 财经活动的核心是 ( C ) 4-115  
A. 财经政策  
B. 财经利益  
C. 财经信息  
D. 财经管理
12. 世界上历史最悠久的证券市场是 ( B ) 4-125  
A. 英国证券市场  
B. 美国证券市场  
C. 法国证券市场  
D. 日本证券市场
13. 美国投资者关系协会成立于 ( D ) 4-135  
A. 1966 年  
B. 1967 年  
C. 1968 年  
D. 1969 年
14. 《寂静的春天》的作者是 ( C ) 5-152  
A. 奥尔多·利奥波德  
B. 布鲁斯·哈里森  
C. 雷切尔·卡逊  
D. 玛格丽特·娜莉
15. 环保公关又称为 ( B ) 5-157  
A. 环保传播  
B. 绿色传播  
C. 和平传播  
D. 地球传播
16. 环保公关的功能包括监测环境、咨询建议和 ( A ) 5-158  
A. 传播信息  
B. 干预政策  
C. 推动立法  
D. 促进文明
17. 雀巢产品标志采用的设计方法是 ( B ) 6-217  
A. 字母构形法  
B. 具象表现法  
C. 等线演变法  
D. 立体投影法
18. 在企业识别系统中居于灵魂和中心地位的是 ( C ) 6-200  
A. 企业领导人个人识别系统  
B. 企业行为识别系统  
C. 企业理念识别系统  
D. 企业视觉识别系统
19. 首次提出“可持续发展”概念的报告文件是 ( A ) 5-164  
A. 《我们共同的未来》  
B. 《保护地球》  
C. 《关于环境与发展的内罗毕传播规则》  
D. 《21 世纪环境纲领》
20. 20 世纪 90 年代中后期是 CIS 在我国的 ( D ) 6-191

- A. 萌芽阶段  
B. 模仿阶段  
C. 成熟阶段  
D. 调整阶段
21. 企业识别系统中最形象和最直观的部分是 ( A ) 6-215  
A. 企业视觉识别  
B. 企业行为识别  
C. 企业理念识别  
D. 企业价值观识别
22. 西方现代营销观念和实践发展第二阶段的中心是 ( B ) 7-237  
A. 生产  
B. 销售  
C. 供应商  
D. 消费者
23. “整合营销传播”理论的创始人是 ( B ) 6-243  
A. 拉斯韦尔  
B. 唐·舒尔茨  
C. 汤姆·邓肯  
D. 麦卡锡
24. 卡茨和拉扎斯菲尔德提出了 ( D ) 7-246  
A. 贝罗模式  
B. 5R 理论  
C. 5W 模式  
D. 两步传播模式
25. 作为整合营销传播过程的一个驱动性整合力量并贯穿于整个组织之中的是 ( D )  
7-244  
A. 分析  
B. 整合  
C. 营销  
D. 传播

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. 开展国际公关活动的基本原则有 ( ABCD ) 1-33  
A. 具备全球眼光  
B. 重视地方特色  
C. 遵守国际惯例  
D. 坚持道德规范  
E. 关注实用主义
27. 环保公关的传播模式有 ( BE ) 5-170  
A. 5W 模式  
B. 公众舆论的生成模式  
C. 贝罗模式  
D. 两步传播模式  
E. 绿色传播的七步“质量”模式
28. CIS 手册的编写和制作需要遵守的原则和要求有 ( ABCDE ) 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

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!

E. 注意系统性和完整性

29. 建立良好国际财经公共关系的步骤包括 ( ABCDE ) 4-119

- A. 制定国际财经公共关系计划
- 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
- E. 国际财经公关评估

30. 传播的“数学模式”的提出者是 ( AD ) 7-246

- A. 韦弗
- B. 贝罗
- C. 拉扎斯菲尔德
- D. 香农
- E. 拉斯韦尔

### 三、名词解释题(本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分)

31. 国际公共关系 1-19

答:

国际公共关系通常指这样一类公共关系活动，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. 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。

33. 财经传播 4-113

答:

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。

34. 企业识别系统 6-198

答:

“企业识别系统”作为一种实践活动，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。

35. 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。

### 四、简答题(本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分)

36. 简述环保公关的理念。 5-163

答:

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) 共生共荣的理念
- (2) 可持续发展的理念
- (3) 以人为本的理念
- (4) 绿色传播的理念

37. 简述议题管理的基本要素。3-97

答:

- (1) 议题管理的主体，即主观上要进行议题管理的直接利益关联方。
- (2) 议题管理的对象，即对组织发展构成影响的、已存在的和潜在的议题。
- (3) 议题管理的目标是通过影响公共政策或法令的制定或修改，消除分歧、化解冲突，为组织争取更为有利的生存环境。
- (4) 议题管理的主要过程是预测、识别、分析评估议题并制定应对策略。

38. 简述企业导入 CIS 的适宜时机。6-201

答:

- (1) 企业成立之时。
- (2) 企业新产品或服务推出之时。
- (3) 企业周年志庆之时。
- (4) 企业兼并或重组之时。
- (5) 企业实施跨地域或国际化战略之时。

39. 简述整合营销传播系统模式的原理与原则。7-268

答:

- (1) 合营销传播系统模式的第一个原则就是“优势互补”。
- (2) 广告整合的第二个原则是“协调有序”。
- (3) “一种声音”的原则是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、需求和习惯来进行，而绝不可以反其道而行之，否则是对品牌莫大的摧残。
- (5) 整合营销传播系统模式的最后一个原则就是“数据库基础”。

40. 简述投资者关系管理工作的主要内容。4-138

答:

以财经公共关系的眼光，我们可以将投资者关系管理工作分为以下几个层次：

- (1) 目标受众与公共政策分析：调查潜在投资者的投资倾向与资金实力；确定资本市场监管模式与法律对于公司资本操作的影响。

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) 多层面的信息渠道：依法进行相关信息披露；与专业投资机构定期沟通，在投资者和公司管理层之间建立双向的沟通渠道；定期向潜在投资者告示公司的发展战略与预期。

(3) 危机公关处理：在资本重组、并购，重大财务事件及公司高层变动等情况下与媒体和投资者沟通，妥善解决危机。

(4) 投资者与公司战略：通过资本市场及产业发展的信息反馈与贫析，为公司发展的战略提供参考。

41. 简述网络媒介的特点。2-64

答：

- (1) 跨时空传播
- (2) 传播速度快捷
- (3) 传播形态多样
- (4) 传播者与受传播者的交互性

## 五、论述题(本题 10 分)

42. 论述国际传播的特征。2-50

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。国际传播政治性的表现形式可分为公开的和隐性的两种。国际传播有表现直接的纯粹的政治目的，也有在政治目的中掺杂商业目的，或在商业目的中掺杂政治目的。

- (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。

- (3) 多元性

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！

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)

43. XX 系列化妆品是美国某公司旗下的高端品牌。该公司为了开拓中国大陆市场,策划并实施了一系列国际公关活动:

首先,该公司通过各种方式进行深入调查,明确自身的优势和劣势:优势在于 XX 系列产品是历史悠久的国际品牌并为众多好莱坞明星所使用,企业拥有众多引领时尚潮流的产品,已经占领香港、台湾市场;劣势在于目标消费群体的品牌关注较低,竞争相当激烈等。

其次,在调研的基础上进行项目策划:活动目标是通过时尚媒体进行高密度高质量的信息传播,提高目标消费群体的品牌关注;活动主题确定为“从好莱坞到中国”,即通过表现好莱坞经典的电影形象来提高产品在中国消费者中的知名度和美誉度;目标媒体确定为 40 家美容、时尚类媒体以及其他具有广泛影响的大众媒体;预算费用为 25 万美元。

具体活动包括:

好莱坞荣耀之旅:邀请 7 位美容杂志主编游历好莱坞,参观 XX 系列化妆品的生产部门。

赞助精英模特大赛:公司通过提供 XX 系列产品的方式赞助上海精英国际模特大赛,提高品牌的知名度。

XX 系列产品中国上市庆典晚会:晚会的高潮部分为“好莱坞璀璨传奇”,由模特扮演奥黛丽·赫本等著名好莱坞明星。美容时尚媒体的记者、社会名流、知名摄影师、化妆师等共 220 人参加晚会。

XX 系列化妆品专柜开张仪式:在北京大型商场举办 XX 系列化妆品专柜开张仪式上,40 家主流时尚媒体记者和众多消费者共同见证了隆重的剪彩仪式。

独家专访:安排媒体对该公司高层经理和 XX 系列化妆品专业彩妆师进行独家专访。

最后进行项目评估。活动结束的一个月内,共有 450 篇报道和近 1 小时的电视片反映此次公关活动,创造广告价值 350 万美元,产品上市取得成功。

问题:(1)结合案例阐述国际公共关系的操作程序。1-29

(2)此次活动有哪些成功之处?请结合案例加以分析。

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：

国际公共关系的操作程序如下：

### 1、国际公关的调查研究

国际公关调查研究，也应按一般公关调查研究的步骤来进行：①做好调查前的准备工作，如确定调查目的、设计调查计划、确定调查方式及收集有关资料；②实施具体调查，在初步调查的基础上制定并实施更详细的调查计划，对调查资料进行整理，撰写出专项调查报告；③开展调查后的分析研究，以去粗取精、去伪存真为原则，从纷繁众多的信息中提炼出对组织有价值的材料。

### 2、国际公关项目的策划

国际公关策划一般包括以下几个方面的内容：

(1)明确国际公关活动的具体目标。任何公关活动，目标一定要清晰。另外，一个出色的公关策划也源于一个合理、可行、有吸引力的目标设定。

(2)制定传播战略。传播是将组织与国际公众连接起来的中介和纽带。组织要想有效地把信息传递给特定的目标公众，就要有战略上的考虑和安排，制定恰当的传播步骤，选择合适的传播渠道，围绕公关活动目标展开各项传播工作。

(3)进行经费预算。按照确定的目标，将完成目标各环节所需的费用一一开列出来，编制一个详细的预算表，以有效地对有限的资金进行合理配置。

(4)作好时间安排。根据战略考虑，列出公关活动的时间表，有条不紊、前后衔接、环环相扣地开展各项工作，以求取得最佳的活动效果。

### 3、国际公关计划的实施

它需要着重抓住以下几个环节：①正确地选择公众对象和传播媒介。面对众多的媒介，应该如何选择和利用，才能更加经济和实效，这是国际公共关系计划实施过程中的首要问题。所以，选择媒介前一定要仔细考虑所实施项目的具体目标和要求，根据目标和要求来选择最为合适、有效的媒介。②对计划进行必要的补充和调整。国际公关计划的实施是一个相对长期的过程，在这个过程中有可能发生各种在计划制定时所考虑不到的问题，因此，国际公关从业人员必须时刻密切注意计划的实施情况，随时对计划进行必要的补充和修改；③采取一定的保证措施以及时排除计划实施中的障碍。由于国际公共关系计划的实施过程在相当程度上就是信息的传播过程，因此，公关人员还要精心设计和制作国际公关信息，要根据国际公众的特点，提供符合他们国情和习惯的信息，以便他们理解和接受。此外，由于国际风云变幻莫测或计划本身的不周全，公关计划在实施时常会有与实际脱节的情况发生，这就要求公关计划及时做相应的调整。

### 4、国际公关活动的评估

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！

国际公关活动评估的内容很广泛，但一般来说，有以下几个重点：①了解活动是否涉及预定的目标公众，是否成功地改变或影响了这些公众的态度、观点、行为，是否对实现组织的总体目标起到了推进作用；②收集各种能说明活动效果的定量指标。如组织知名度和美誉度的改善情况等。国际公共关系讲究对活动效果的定量分析；③分析各种传播媒介对活动的报道情况，如检查其是否符合公关人员的原设想，有无什么副作用等；④调查研究是否完整无误，计划是否合适，经费支出是否在预算之内，国际公关人员从活动中积累了哪些重要的经验等。活动的成功之处结合案例加以分析如下：

1、首先，该公司通过各种方式进行深入调查，明确自身的优势和劣势，为制定科学、合理的公关活动方案提供依据，帮助该组织清醒地认识国际环境的种种变化，以便更有成效地开展国际公关活动。对展开公关活动的具体环境掌握有详实的材料，这是国际公关工作成功的关键。

2、该公司在调研的基础上进行项目策划，树立了组织在国际公众中的良好形象，他们科学的策划方案有利于合理地、有计划地安排时间、资金和人力，它直接关系到该公司国际公关工作的成败。

3、在实施过程中，该公司组织了一系列的活动，为组织塑造、推销良好的国际形象，影响公众舆论，优化组织环境。该公司公关人员还要精心设计和制作国际公关信息，要根据国际公众的特点，提供符合我国国情和习惯的信息，以便他们理解和接受，使宣传效果达到最大化。

4、在最后的评估环节，活动结束的一个月内，共有 450 篇报道和近 1 小时的电视片反映此次公关活动，创造广告价值 350 万美元，产品上市取得成功。即是活动涉及预定的目标公众，成功地改变或影响了这些公众的态度、观点、行为，对实现组织的总体目标起到了推进作用。总而言之，整个活动的国籍公关操作体系完整而且有合理，充分调动了各方资源对方案进行了配合和实施，其活动的成功对我们有很多的启示。