

全国 2013 年 1 月高等教育自学考试

国际公共关系试题

课程代码: 03295

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前, 考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后, 用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动, 用橡皮擦干净后, 再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

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是符合题目要求的, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 1955 年, 国际公共关系协会成立于 (A) 1-3
A. 伦敦
B. 纽约
C. 巴黎
D. 东京
2. 国际公共关系的主要理论范式包括强调本土化、遵循平等化、坚持公开互动和 (C) 1-27
A. 关注利他主义
B. 寻求效益最大化
C. 关注实用主义
D. 寻求合作最优化
3. 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》
4. APEC 是一个旨在推动环太平洋经济合作的 (C) 1-6
A. 跨国民间组织
B. 跨国企业
C. 跨国官方组织
D. 跨国公司
5. 下列属于报纸媒介特点的是 (B) 2-56/58
A. 生动感人
B. 阅读自由
C. 跨时空传播
D. 内容细致深入
6. 《纽约时报》创刊于 (A) 2-68
A. 1851 年
B. 1855 年
C. 1861 年
D. 1865 年
7. 美联社的总部设在 (A) 2-75
A. 纽约
B. 华盛顿
C. 巴黎
D. 伦敦
8. 下列以赢利为目的的商业性国际广播电台是 (D) 2-60
A. 中国国际广播电台
B. 法国国际广播电台
C. 环球广播电台
D. 卢森堡广播电台

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!

9. “议题管理”概念提出于 (B) 3-96
A. 1975 年 B. 1976 年
C. 1977 年 D. 1978 年
10. 游说在英国出现的时间是 (B) 3-102
A. 16 世纪 B. 17 世纪
C. 18 世纪 D. 19 世纪
11. 直接游说常用的手段有信息交换和 (A) 3-103
A. 款待 B. 贿赂
C. 写信 D. 交谈
12. 国际财经公关的客体是 (D) 4-118
A. 国际财团 B. 国际机构
C. 国际企业 D. 国际财经公众
13. 国际财经公关计划的核心是 (D) 4-119
A. 国际财经公关目标 B. 国际财经公关分析
C. 国际财经公关执行方案 D. 国际财经公关决策
14. 国内企业进入国际资本市场融资, 首先要 (A) 4-122
A. 确立公司组织形式为股份制 B. 确立公司组织形式为合伙制
C. 确定公司海外上市的方式 D. 确定公司海外上市的地点
15. 投资者关系管理产生的直接原因是 (C) 4-134
A. 投资者资金有限 B. 投资者向外国投资
C. 对投资性资本的竞争 D. 股东至上主义
16. 1992 年召开的联合国环境与发展大会的主题是 (A) 5-154
A. “可持续发展” B. “我们只有一个地球”
C. “我们共同的未来” D. “绿色革命”
17. 下列属于绿色传播七步“质量”模式的是 (B) 5-172/173
A. 关注公众 B. 量化公众
C. 熟悉公众 D. 服务公众
18. 认为 CI 是一种问题解决学的专家是 (D) 6-196
A. 塔特·贝伦斯 B. 中西元男
C. 保罗·兰德 D. 加藤邦宏
19. 中国大陆企业率先正式引入 CIS 的是 (A) 6-190
A. 广东太阳神集团公司 B. 广东健力宝集团公司
C. 中国银行 D. 乐百氏集团
20. AT&T 公司标志的设计方法是 (B) 6-217
A. 等线演变法 B. 字母构型法
C. 具象表现法 D. 点构图法
21. 进入 21 世纪以来, CIS 在我国逐步进入 (D) 6-192
A. 萌芽阶段 B. 调整阶段
C. 模仿为主阶段 D. 成熟化发展阶段
22. 提出“营销就是传播, 传播就是营销”的是 (B) 7-254
A. 麦卡锡 B. 唐·舒尔茨
C. 汤姆·邓肯 D. 拉斯韦尔

23. 现代营销观念和实践发展的第一个阶段是 (B) 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. 以广告为中心
24. 关系营销的中心目的是 (A) 7-261
A. 实现顾客忠诚 B. 实现组织利益
C. 开拓市场 D. 满足顾客要求和愿望
25. 最广泛、也是最为人所熟知的营销手段是 (A) 7-251
A. 广告 B. 公共关系
C. 人员推销 D. 直接营销
26. 被称为“世界史库”的刊物是 (B) 2-68
A. 《新闻周刊》 B. 《时代周刊》
C. 《读者文摘》 D. 《人物周刊》
27. 全面质量管理兴起于 20 世纪 (C) 3-92
A. 60 年代 B. 70 年代
C. 80 年代 D. 90 年代
28. 《沙乡年鉴》的作者是 (B) 5-151
A. 雷切尔·卡逊 B. 奥尔多·利奥波德
C. 布鲁斯·哈里森 D. 唐·舒尔茨
29. 下列不属于企业理念系统的是 (D) 6-210
A. 企业精神 B. 行为准则
C. 企业名称 D. 企业标志
30. 提出传播双行为模式的是 (A) 7-269
A. 奥斯古德 B. 香农
C. 唐·舒尔茨 D. 拉斯韦尔

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上, 不能答在试题卷上。

二、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。

32. 企业行为识别系统 6-213

答:

企业行为识别系统是在企业理念识别系统, 特别是在企业行为准则精神的指导下, 根据自身的企业特点和发展现状, 导入并据此实行的一整套代表企业形象, 体现企业性格的行为规范的指导性文件。

33. 公共事务 3-88

答:

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。

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. 沉默期 4-126

答：

沉默期，也被称为“注册登记期”，指的是从公司开始有了公开上市的计划到注册登记说明书正式生效后的 90 天这段时间里，证监会禁止该公司公布任何不包括在招股说明书中的信息。

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。

三、简答题（本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分）

36. 简述国际公关策划的内容。1-31

答：

- （1）明确国际公关活动的具体目标。
- （2）制定传播战略。
- （3）进行经费预算。
- （4）作好时间安排。

37. 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。

38. 简述国际财经传播与国际财经公关的关系。4-116

答：

- （1）国际财经公关与国际财经传播有交叉。
- （2）国际财经公关的方法即是国际财经传播的主要手段。
- （3）国际对经公关是国际财经传播发展的主流方向。

39. 简述广播媒介的特点。2-59/60

答：

- （1）传播速度快
- （2）传播面广泛
- （3）生动感人
- （4）瞬间即逝

40. 简述 CIS 的作用。6-193

答：

- （1）CIS 在企业中发挥着“企业宪法”的作用，决定着企业处理所有事情的出发点和立足点。
- （2）CIS 确立企业及其产品或服务在社会上的定位和特征，提高企业的竞争力。
- （3）导入 CIS 有利于企业创造和形成卓越的企业文化。

41. 简述整合营销传播的缘起。7-238/239

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！

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。

四、论述题（本题 12 分）

42. 论述国际公关活动中的“重视地方特色”原则。1-34/35

答：

一个变化的世界必然是一个多样化的世界，多样化的世界中必然存在着各种各样大相径庭的文明。这就要求国际公共关系活动要因时因地采取不同的方法和手段。以为国际公共关系只是以一种模式来开展工作，这不仅是科学的，也是不现实的。承认世界的这种多样性，尊重各地区、各国的地方特点，这是开展国际公关活动的另一个重要的基本原则。

所谓地方特点一般指某一地方所特有的政治制度、法律法规、生活水平、文化传统、风俗习惯、交往语言、宗教信仰、礼俗禁忌等。了解和研究各地区、各国的地方特点，对于成功地开展国际公关活动至关重要。要做到这一点，公关从业人员应该注意这样几方面的问题：第一，要承认人类社会的多样性和差异性，善于在求同存异的基础上开展各方面的工作。人类社会存在着多种文明是一个不争的事实，是任何人都无法改变和抹杀的。公共关系从业人员只有坚持多样文明，在承认差异性的基础上努力寻求共同点，才能很好地开展工作，达到预期目标；第二，要本着理解和包容的态度，深入研究和平等对待各种地方特点。任何事物的存在都有其一定的合理性，我们要防止和避免戴“有色眼镜”去观察和研究异己文化，防止和避免对其他文化产生这样或那样的偏见；第三，要通过实践活动来摸索和积累经验，增长见识。公共关系是一门复合性的学科，它的内容涉及到管理科学、市场学、传播学、心理学和人际关系学等很多学科。公共关系从业人员要想系统地学习各门学科的专业知识是不现实的，所以通过实践获取知识是公共关系从业人员必须注意的事项之一。

尊重地方特点也要求国际公关活动具备地方特色。凡真正具有民族特色的，往往也具有它的世界性。近年来，我国各地举办的种种带有浓厚地方文化特色的“节”、“会”，如潍坊的国际风筝节、上海的国际电视节、哈尔滨的冰灯节，它们之所以能成为一种颇为有效的国际招商活动，对外宣传了地方的经济优势，大大提高了地方的知名度，就是因为它们开发、利用和突出了地方的特色。

五、案例分析题（本题 13 分）

43. 国际造纸企业 XX 公司以“一起来当林场工”为口号，发起了一场网上造林行动。这一环保公关活动有两个阶段：第一阶段由参与者在网上进行虚拟植树活动，然后由 XX 公司具体执行，在山区植树造林；第二阶段，XX 公司举办森林溯源之旅，组织参与网上植树的网友和媒体一起走进森林，聆听林业专家讲述森林可持续发展知识，增强环保意识。截止到活动结束，共有 67 万网友申请成为“林场工”。其中，有近 4 万名网友在线发布环保宣言和低碳心得，活动取得圆满成功。

森林的日益减少是目前威胁人类生存环境的重要问题，解决这一问题需要全世界人民的共同努力。XX 公司通过网上造林活动，使越来越多的人关注森林问题，认识到可持续发展的重要性，并积极投身环保事业。

问题：(1) 结合案例阐述环保公关的概念。5-157

(2) 结合案例阐述绿色传播理念的内涵。5-167

答：

(1) 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。

(2) 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。

qq593777558