

绝密★考试结束前

全国 2014 年 4 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.美国公共关系协会成立于 (B) 1-3
A.1945 年 B.1947 年
C.1949 年 D.1951 年
- 2.19 世纪 30 年代,美国兴起了 (C) 1-2
A.“揭丑运动” B.“信息公开运动”
C.“报刊宣传运动” D.“绿色和平运动”
- 3.公共关系作为一种职业和学科,最早产生于 (A) 1-1
A.美国 B.德国
C.英国 D.法国
- 4.1923 年,爱德华·伯内斯出版的经典著作是 (D) 1-3
A.《大众传播理论》 B.《有效的公共关系》
C.《公共关系学》 D.《舆论明鉴》
- 5.美国最权威、最有影响的报纸是 (D) 2-68
A.《华盛顿邮报》 B.《世界新闻报》
C.《泰晤士报》 D.《纽约时报》
- 6.美国第二大通讯社是 (A) 2-77
A.合众国际社 B.美联社
C.路透社 D.法新社
- 7.当今世界上最大的公关服务网络是美国的 (C) 1-10
A.万博宣伟公关集团公司 B.伟达公关集团公司
C.世界传播集团公司 D.博雅公关公司

8. 游说最早出现在 (C) 3-102

- A. 法国
- B. 荷兰
- C. 英国
- D. 美国

9. 少数民族权利的议题属于 (A) 3-95

- A. 倡议性议题
- B. 普遍性议题
- C. 局部性议题
- D. 专业性议题

10. 草根游说经常采用的手段是 (B) 3-104

- A. 一对一交流
- B. 写信运动
- C. 小组会见
- D. 邀请名人演讲

11. 议题发展的第三个阶段是 (B) 3-96

- A. 起源期
- B. 政策形成期
- C. 成熟扩大期
- D. 评估期

12. 我们国内常说的 H 股是指中国大陆企业 (D) 4-124

- A. 在纽约发行股票并上市
- B. 在伦敦发行股票并上市
- C. 在新加坡发行股票并上市
- D. 在香港发行股票并上市

13. 国际财经公关的沉默期一般为 (B) 4-126

- A. 120 天
- B. 90 天
- C. 60 天
- D. 30 天

14. 建立良好国际财经公共关系的第二个步骤是 (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. 目前世界上最成熟、历史最悠久的证券市场是在 (C) 4-125

- A. 英国
- B. 香港
- C. 美国
- D. 日本

16. 国际投资者关系联盟成立于 (C) 4-133

- A. 1929 年
- B. 1969 年
- C. 1990 年
- D. 2005 年

17. 投资者关系的核心是 (A) 4-138

- A. 信息披露
- B. 债权债务
- C. 股权收益
- D. 社会公益

18. 1971 年出现的国际性环保组织是“绿色和平组织”和 (C) 5-153

- A. “国际环保组织”
- B. “地球家园”
- C. “国际地球之友”
- D. “我们共同的未来”

19. “地球峰会”召开于 (B) 5-154

- A. 1990 年
- B. 1992 年
- C. 1994 年
- D. 1996 年

20. 《可持续发展时代的绿色传播》的作者是 (C) 5-157

- A. 奥尔多·利奥波德
B. 雷切尔·卡逊
C. 布鲁斯·哈里森
D. 丹尼尔·燕克乐韦奇
21. 环保公关的最高准则和终极目标是 (A) 5-162
A. 公益性
B. 同质性
C. 国际性
D. 持续性
22. 德国电器公司(AEG)企业标志的设计者是 (D) 6-184
A. 保罗·兰德
B. 艾略特·诺伊斯
C. 平托利
D. 培特·贝伦斯
23. 20 世纪 80 年代中后期到 90 年代初是 CIS 在我国发展的 (A) 6-191
A. 引入阶段
B. 模仿阶段
C. 调整阶段
D. 成熟阶段
24. 标志着现代意义上的 CI 正式形成和发展的是 (B) 6-185
A. 可口可乐公司标志的问世
B. IBM 公司新标志的问世
C. 奔驰汽车公司标志的问世
D. 太阳神公司标志的问世
25. 企业对外最主要、最直接的“形象大使”是 (D) 6-200
A. 企业接待部门
B. 企业销售人员
C. 企业公关部门
D. 企业领导人
26. 日本第一个有意识地导入 CI 的企业是 (B) 6-188
A. 三井银行
B. 第一劝业银行
C. 美能达公司
D. 富士公司
27. “整合营销传播”概念提出于 20 世纪 (B) 7-235
A. 80 年代初
B. 80 年代末
C. 90 年代初
D. 90 年代末
28. 现代营销观念和实践发展的第一个阶段是以 (B) 7-237
A. 销售为中心
B. 生产为中心
C. 消费者为中心
D. 广告为中心
29. 最早提出 4C 营销理论的是 (A) 7-243
A. 劳特朋
B. 舒尔茨
C. 麦卡锡
D. 拉斯韦尔
30. 下列属于整合营销传播系统模式原理与原则的是 (A) 7-268
A. 优势互补
B. 以人为本
C. 消费者至上
D. 传播优先

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.企业国际公共关系 1-24

答：

企业国际公共关系的定义：是指在全球化背景下，国内企业运用传播手段协调其与特定国际公众的关系，在国际上进行的企业形象策划和产品形象树立的活动。

32.报纸 2-56

答：

报纸是以刊登新闻和新闻评论为主，面向公众，定期、连续发行的出版物。它作为印刷媒介，是以文字、版面等符号和手段来传播信息。

33.CIS6-199

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。

34.广告 7-250

答：

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。

35.销售促进 7-254

答：

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。”

三、简答题(本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分)

36.简述国际公关活动具备全球眼光原则的要求。 1-34

答：

- (1) 要充分了解国际政治、经济形势的变化和发展趋势。
- (2) 要关注人类社会共同面临的重大问题。
- (3) 要重视现代科学技术发展，尤其是新传播媒介和技术的运用。
- (4) 要掌握公关理论研究的新成果和公关实务发展的新动态。

37.简述公共事务的主要内容。 3-88

答：

- (1) 与政府的关系：包括与各级政府的关系。
- (2) 政治行动：包括加入政治行动委员会；政治教育；基层性团体活动。
- (3) 企业责任：包括社区关系；慈善活动；社会责任活动；志愿行动。

- (4) 议题管理。议题管理是公共事务主要的工作内容，也是其核心。
- (5) 传播沟通：包括信息发布；媒介关系。
- (6) 国际事务：包括政治风险评估；监测国际社会政治发展。

38.简述财经传播的目的与意义。4-114-115

答：

- (1) 维护财经活动的正常开展
- (2) 保护并增长传播受传双方的财经利益
- (3) 提高财经活动的效率
- (4) 促使新财经政策的出台

39.简述环保公关的绿色传播理念。5-167-168

答：

- (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。

40.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。
- (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。

41.简述战略作为整合营销传播原理的基本体现。7-248

答：

- (1) 战略是整合的起点。
- (2) 战略考虑的是组织发展的长期方向。
- (3) 战略是整合的导向。
- (4) 战略是整合必不可少的要素。
- (5) 战略是找到整合的路径。

四、论述题(本题 12 分)

42.论述环保公关的共生共荣理念。5-163

答：

环保公关中的共生共荣理念，主要体现在三个层面：

- (1) 人类与环境共生共荣。

在人类的生存环境中,既有构成自然界本身的天体、物候和山川,又有生存于自然界之中的动物和植物。然而,人类一直没有很好地解决人与自然的关系。森林覆盖面积日益缩小,动物物种急剧减少,许多稀有动物濒临灭绝,人类尚未停止对动物和植物的奴役。庆幸的是,随着“地球峰会”等一系列国际会议的召开和《21世纪环境纲领》等诸多国际环保公约的出台,人们已经开始深刻反思人类与自然的关系。在这样的背景下,宣传环保公关共生共荣的理念,将有助于加深人们对人与自然和谐相处的重要意义的认识。

(2) 社会组织与公众共生共荣。

在“环境问题”应该如何看待和处理上,社会组织与公众双方往往很难达成一致。造成不一致的原因,主要来自公众对工商业组织甚至某些政府组织的环保观念和行动缺乏信任和信心,但在有些情况下,公众的环保意识不到位和行为不主动也不容忽视。对于承担环保公关主体的社会组织来说,要抱定与公众共生共荣的信念,通过有效的理念传播在公众中建立信心,通过卓有成效的环保行动为自己创造社会公信。

(3) 社会组织之间共生共荣。

这一理念需要破除“同行是冤家”和“无缘对面不相逢”这两个陈旧观念。对于前者,即同行之间的竞争关系,“双赢”论为之提供了解决方法。对于后者,即非相关组织机构之间的相互封闭状态,“门户开放”政策,可以以“环境问题”为基点建立交流关系,以求互通有无,互利互惠,共生共荣。

五、案例分析题(本题 13 分)

43. 今年年初, A 国发生了强烈地震。A 国政府迅速开展卓有成效的救灾行动,将伤亡人数降至最低。不久之后, A 国又发生大型矿难,经过两个多月的救援,被困矿工全部获救。

在这两次大灾难中, A 国政府通过媒体及时通报灾情,尤其是在矿难中,电视台对营救过程进行全程直播。除此之外, A 国政府相关部门还通过手机让亲人与矿工对话,借以舒缓其恐惧心情,避免受困者心理崩溃;为矿工提供掌上游戏和足球直播等。一名矿工还利用送到地底下的摄影机,摄录了一系列他与伙伴们求生存的视频,在网络上播出后引起轰动。

通过地震抗灾和矿难营救, A 国政府得到国内民众更多支持;因为在救灾中强调以人为本、呵护生命, A 国在世界上也赢得了更多的尊重。

问题:

(1)请结合案例阐述国际传播的政治性特征。2-50

答:

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。

本案例中, A 国政府部门通过媒体及时通报灾情,立足于本国利益,最后获得了国内民众的支持,赢得了世界的尊重。

(2)请结合案例阐述国际传播的多元性特征。2-51

答:

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。

爱考题软件商城 (ikaoti.cn/shop) 出品 自考三件宝：笔记、真题及答案、音频！

本案例中，A 国政府利用广大媒体通报灾情，利用电视台全程直播营救过程，利用手机让亲人与矿工对话，利用摄影机摄录求生存的视频等，都体现了传播的多元性特征。

qq593777558

爱考题软件商城 (ikaoti.cn/shop) 出品 自考三件宝：笔记、真题及答案、音频！