

## 2006年4月高等教育自学考试全国统一命题考试

## 公共关系策划 试卷

(课程代码 00645)

## 一、单项选择题(本大题共24小题,每小题1分,共24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. 在中国历史上,“策划”一词首先出现于 1-2 【 A 】  
A. 汉代 B. 唐代 C. 宋代 D. 明代
2. 下列选项中,属于公关策划要素的是 1-15 【 C 】  
A. 公关策划环境 B. 公关策划实施 C. 公关策划目标 D. 公关策划评估
3. 接待型公共关系活动属于 1-21 【 A 】  
A. 初级层次的公关活动 B. 次级层次的公关活动  
C. 中级层次的公关活动 D. 高级层次的公关活动
4. 公共关系策划职业的创始人是 2-69 【 C 】  
A. 乔治·密奇斯 B. 贝尔 C. 艾维·李 D. 亨利·福特
5. 公共关系策划的三大目标是 3-80 【 D 】  
A. 认知度、知名度和信誉度 B. 知名度、信誉度和影响力  
C. 信誉度、美誉度和影响力 D. 认知度、美誉度和和谐度
6. 公关策划活动应随形势的变化,积极、主动、及时地进行。这里强调的是公关策划活动的 3-107 【 A 】  
A. 灵活性原则 B. 时效性原则 C. 新颖性原则 D. 整体性原则
7. 第二次世界大战以后,策划进入 2-49 【 B 】  
A. 多元策划时代 B. 科学策划时代 C. 英雄策划时代 D. 大众策划时代
8. 下列选项中,属于聚合思维特点的是 4-121 【 D 】  
A. 变通性 B. 精致性 C. 流畅性 D. 单维性
9. 将公关实务活动概括为“RACE”的是 5-149 【 C 】  
A. 卡特里普 B. 森特 C. 马斯顿 D. 伯纳斯
10. 按公众对组织的态度,可将公众划分为 5-178 【 C 】  
A. 非公众、潜在公众、知晓公众和行动公众  
B. 首要公众、次要公众和边缘公众  
C. 顺意公众、逆意公众和独立公众  
D. 一般公众和特殊公众
11. 中国学者所说的“借势”“用势”和“造势”概念,实际上是指公关创意方法中的 6-190 【 B 】  
A. 以攻为守法 B. 信息开发法 C. 统摄思维法 D. 智力激荡法
12. 下列有关公关策划与创意关系的表述中,正确的是 6-185 【 B 】  
A. 创意包含策划 B. 策划包含创意 C. 两者对等 D. 两者无必然联系
13. 投资报酬法用于公关活动经费预算的最突出特点是 7-224 【 D 】  
A. 相对具体 B. 相对准确 C. 相对简单 D. 相对模糊

本档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

14. 如果组织的公关活动目标主要侧重在提高认知度, 那么, 通常应选择的媒介类型是 7-229 【 B 】  
 A. 展示会 B. 大众媒介 C. 宣传单 D. 标牌
15. 电视媒介的局限在于 7-228 【 A 】  
 A. 保存性差  
 B. 对没有文化的人没有传播效果  
 C. 感染力较低  
 D. 不够生动直观
16. 下列选项中, 属于组织内部环境要素的是 8-259 【 D 】  
 A. 行业性质 B. 竞争状况 C. 中间商 D. 研究开发
17. 价格、新产品开发、服务质量以及促销手段的竞争主要来自 8-255 【 A 】  
 A. 同行 B. 拟进入市场的潜在竞争者  
 C. 替代产品 D. 投资决策
18. 人际性专题活动策划最本质的原则是 9-311 【 C 】  
 A. 真诚 B. 互补 C. 和谐 D. 艺术化
19. CS 战略是 9-316 【 B 】  
 A. 使政府满意战略 B. 使顾客满意战略 C. 点式突进战略 D. 品牌形象战略
20. 根据危机出现的时间上的急缓, 公共关系危机可分为 10-323 【 D 】  
 A. 人为危机和非人为危机  
 B. 有形损失危机和无形损失危机  
 C. 内部危机和外部危机  
 D. 渐进性公共关系危机和突发性公共关系危机
21. 某公司在危机处理中, 吸取产品包装被人盗用的教训, 设计出新的防伪包装, 从根本上解决了产品被假冒的问题。该公司处理危机的做法运用 10-348 【 A 】  
 A. 借机更新原则 B. 兼顾法律原则  
 C. 及时沟通原则 D. 公众至上原则
22. 在部门型公关策划公司中, 为策划提供客观依据的业务部门是 11-361 【 C 】  
 A. 客户部 B. 创作部 C. 市场部 D. 媒介部
23. 通过对公共关系策划人进行培训, 可使其知识结构 11-377 【 D 】  
 A. I 型 B. A 型 C. L 型 D. T 型
24. 下列有关生产企业公众特点的说法中, 正确的是 12-387 【 B 】  
 A. 在生产企业的公众群体中, 工人处于重要地位  
 B. 生产企业的金融公众是有长远眼光的人们  
 C. 生产企业处理公关时常着手于疏通分配渠道  
 D. 生产企业的内部公众在生产中直接与外部公众接触

得分	评卷人	复查人	

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。

25. 公共关系调查的方法包括 5-157 【ABCDE】

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 科学抽样法                      B. 问卷调查法  
C. 访谈调查法                      D. 实地观察法  
E. 网络利用法
26. 公共关系策划的主题要求一般包 6-187                      【BDE】  
A. 含蓄稳重                      B. 合情合理  
C. 欲扬先抑                      D. 独特新颖  
E. 朴素凝炼
27. 组织所在的行业生命周期大致分为 8-254                      【BCDE】  
A. 孕育期                      B. 引入期  
C. 成长期                      D. 成熟期  
E. 衰退期
28. 危机的特征主要有 10-322                      【ACDE】  
A. 突发性                      B. 常规性  
C. 危害性                      D. 机遇性  
E. 关注性
29. 旅馆服务的鲜明特点有 12-393                      【BE】  
A. 旅客的单一性                      B. 旅客的多样化  
C. 旅客的稳定性                      D. 收益的稳定性  
E. 旅客需要的多样化

得分	评卷人	复查人

三、名词解释(本大题共 6 小题, 每小题 2 分, 共 12 分)

30. 公关策划内容 1-15

答:

公关策划内容是公共关系策划行为的客体。策划内容即策划对象。

31. 认知度 3-81

答:

由“认知”转换过来而为公共关系目标之一的“认知度”, 表述的是一个社会组织被社会公众所认识、知晓的程度; 其包含被认识的深度、被知晓的广度两个方面。

32. 创新思维 4-113

答: 创新思维, 即人们为了发现或创造出新事物以更有效地进行实践, 利用人类已有的知识, 在头脑中观念性地将新事物创造出来的心理过程。

33. 公共关系战略 8-247

答:

公共关系战略, 是指一个社会组织围绕建立良好的公共关系、树立良好的组织形象这一核心, 以未来为导向, 而策划制定的长期性、整体性的对策与谋略。

34. 公关危机事件 10-322

答:

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

“公关危机事件”是指影响组织生存与发展,与组织的公共关系活动密切相关,需要通过有针对性的公关活动才能妥善解决的突发事件或偶发事件。

35. 非营利组织 12-397

答:

非营利组织是指从事非营利性活动,即不以营利为根本目的的社会机构或团体。

得分	评卷人	复查人

#### 四、简答题(本大题共 6 小题,每小题 4 分,共 24 分)

36. 公关策划利益性原则的具体内容是什么?3-104

答:

- (1) 利益性原则是指公共关系策划必须将组织利益与公众利益相互结合。公共关系是社会组织与公众之间的一种利益关系,这是公共关系与其他关系相区别的本质特征。利益性原则的具体内容如下——
- (2) 组织利益与公众利益相结合。任何组织的公共关系策划都是为了谋求组织的生存和发展而进行的,而组织的生存与发展则离不开公众的支持与合作。因此,考虑以公众利益为目标,将组织利益与公众的利益相互结合,从而取得公众的支持,便可以为组织的发展创造良好的社会环境。
- (3) 社会效益与经济效益相结合。任何组织的生存和发展都必须依靠一定的社会环境,社会效益实际上是组织获得社会认可和公众支持的基础,公众的支持则是创造经济利益的前提条件。如果公共关系策划只追求经济效益,而不考虑社会效益,就难免出现损人利己、破坏环境等为社会所不容的现象,最终则会导致自己害自己。

37. 过程论认为,人的创新思维过程分为哪几个阶段?4-114

答:

- (1) 这一理论认为:人的创新思维的产生和发展,是以问题为中心,以解决问题为目标的高级心理活动。任何创新思维都必须经过四个阶段,即准备阶段、酝酿阶段、豁朗阶段和验证阶段。
- (2) 准备阶段——提出问题这一阶段是为解决问题对知识资料、对以往经验以及技术、设备等的组织筹集阶段。充分的准备工作,有利于开阔思路,发现问题,为创造性地解决问题打下基础。科学发明与创造常常要经历相当长的准备过程。
- (3) 酝酿阶段——提出假设。这一阶段主要是搜集与课题有关的知识资料,对资料进行整理加工,对问题作各种试探性解决。对解决问题不断提出新的假设,不断提出新的解决问题的方案。
- (4) 豁朗阶段——顿悟阶段。经过长期充分的酝酿之后,在头脑中突然跃现出新的构想,使问题接近解决的阶段,这是灵感。由灵感产生顿悟,新思想脱颖而出。
- (5) 验证阶段——证明阶段。这是在获得了解决问题的构想或假想的基础上,在理论上或实践上进行反复论证和修改的阶段,它验证理论的合理性和严密性。
- (6) 从对创新思维过程的分析可以看出,其中第三阶段是思维活动的质变阶段,它在整个创新思维过程中最关键。

38. 简述杂志媒介的主要优点。7-228

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

答:

- (1) 杂志多是专业性的, 有特定的受众, 即有明确的针对性;
- (2) 不受地方性新闻报道束缚, 不受地域限制, 宣传面广;
- (3) 内容丰富, 有深刻的文章多, 显得有效时间长;
- (4) 可以图文并茂, 精致印刷, 显得精美突出。

39. 员工心目中良好的组织形象定位应具备哪些要素?8-269

答:

- (1) 良好的组织形象定位应具备——自己的组织、可以依托和归属的团体、值得骄傲的单位和融洽的工作场所。
- (2) “自己的组织”。人只有在为自己所同意的目标进行工作时, 才能全身心地投入其间, 并充分发挥自己的创造力。就公共关系战略目标而言, “员工自己的组织”, 是确定在员工心目中的组织形象的核心。
- (3) “可以依托的组织”。人必须依括一定的组织, 归属一个团体, 以满足他物质的、心理的和社会的需求。成员将自己的现在和未来与这一组织联系在一起, 结成命运共同体。
- (4) “值得骄傲的组织”。当员工觉得自己所处的组织有着诸多值得骄傲的地方, 他一方面会更加热爱自己的组织并为之积极热情工作, 另一方面则能够使员工成为组织正面宣传的重要的、最权威的媒介。可以让员工为自己所在的组织主要的有如下几点: 较大的认知度、较高的美誉度、良好的和谐度。
- (5) “愉快的工作环境”。在一个愉快、融洽的环境中工作、生活, 可以大幅度地提高工作效率, 能够充分地调动员工的积极性。在公共关系战略的组织形象定位中, 必须强调创造愉快的、融洽的工作环境。

40. 公关广告策划应遵循的原则有哪些?9-296

答:

- (1) 合法性原则。

对于公共关系广告来说, 由于主要是侧重树立社会组织的形象, 那么遵守合法性原则就更是基本的、或者说是最底的要求。

- (2) 系统性原则。

要求从系统的观点出发进行公共关系的广告策划; 即把广告的策划作为一个有机的整体系统来考虑。从系统的整体与部分之间的相互依赖、相互制约的关系中, 找到最佳化的策略, 以实现最佳的广告效果。

- (3) 创新性原则。

要求公共关系广告策划者善于标新立异、出奇制胜, 特别要避免一个模式、一个腔调、一种手法翻来覆去, 更要避免人云亦云, 盲目模仿。

- (4) 鼓动性原则。

在真诚、可信的前提下, 所传播的信息能起到鼓动的作用, 是现代广告与公共关系的一种极佳的境界。

41. 公共关系策划人应具备什么样的决策能力?11-370

答:

- (1) 具有战略的胆识。公共关系策划人要善于进行长远的考虑, 不能目光短浅, 只顾眼前的局部利益。要站得高、看得远, 要有胆有识, 从战略的角度去策划目前的公共关系活动, 并使之成为远景规划的一部分。

- (2) 善于综合分析。具体地表现在他们能在系统、全局观念的基础上,全面地考虑各种因素,善于在整体和全局中,把握公共关系的时机和策略,能够综合考虑社会组织、公众、传播方式之间的各种关系,使公共关系活动能顺利展开,除此之外,综合能力还表现在能够集百家之长和各方面的优势,以成功地达到公共关系活动的目的。
- (3) 善于处理信息。一个优秀的公共关系策划人首先应该是使自己成为最新信息的栖息地。只有这样,才能灵敏地获悉有关的、可为之所用的信息,迅速了解各种情况,从而及时准确地作出有效的策划。
- (4) 善于择优决断。科学的决策是在多个方案中进行优选,因而进行择优决断,就成为公共关系策划人决策能力的重要方面。

得分	评卷人	复查人

### 五、论述题(10分)

42. 试述公共关系调查的主要功能 5-149

答:

- (1) 提供有关组织形象的信息。公共关系调查的基本任务,就是了解公众对组织的意见、态度及反应,对组织形象及其社会信誉做到心中有数,其目的在于寻求对组织形象自我评价与公众评价的差距,以便根据这种差距来调整组织形象及信誉。
- (2) 为公共关系策划提供科学依据。公共关系策划是一项复杂的系统工程,它的每一步都必须以可靠、充分的信息为依据。调查为公共关系策划提供了科学依据,使策划出来的公共关系活动方案具有成功的保证。
- (3) 为方案审定提供参照标准。当公共关系方案策划而成之后,一般还须由以组织领导人为主的权威人士进行审定。审定工作既要理解与把握策划者的思路与用心,更要以客观的态度,实事求是地对方案进行评判、优化、决策。这就需要有一定的参照标准。而最可靠、客观的标准当然不是策划者方案本身或方案说明,也不是审定人主观酌经验与好恶态度,只能是调查所获得的客观信息。审定者通过对客观信息的逻辑推理,并对照策划方案,就可以得出科学的评判。
- (4) 公共关系调查本身具有公共关系效应。调查活动的开展,就离不开调查人员与调查对象进行广泛接触。这个接触本身,就在向公众传播着组织的信息,有助于塑造组织可亲可敬的形象。而调查所得到的信息结果,无论好坏,均能起到一定的公共关系效应。理想的信息,对组织内部员工有激励作用;对外部公众有树立组织良好形象的作用。欠理想的信息,对组织有早期报警作用,是激起组织上下通过公共关系工作扭转形象的动力;对外部公众来说,则易于反衬出即将开展的公共关系活动的良好效果,变坏事为好事。

得分	评卷人	复查人

### 六、案例分析题(10分) 8-262

43. X 公司经多年努力,在竞争激烈的服装行业树起了自己的品牌,占有一定量的市场份额。在此基础上,公司决定参加电视广告黄金时段的竞标,在标额不断攀升的情况下,它夺得头标,名声大震。但是,由于费用过高,实际上已远远超过其支付能力,结果使公司资金周转困难,生产受到严重影响,公司一度陷入困境。

请问:①怎样看待 X 公司的做法?

②你若是公司领导,应制定什么样的公关战略?

答:

(1) X 公司有意识运用广告来为品牌宣传是好事,但广告的预算应结合公司的公关战略,采取如投资报酬法、目标先导法的经费预算的方法来设定广告费用的上限和分配,这样才能使广告为公司的长远发展产生良性影响。

(2) X 公司要正确认清公司的财务状况,并合理科学安排运用在广告商的费用。首先,X 公司要将其内部资源状况与近年的变化比;其次,要将组织的战略方向与战略目标比;第三要同相关的企业组织比,如同竞争者、同行业的其他组织、以及虽处于不同行业、但组织结构、规模或发展阶段相类似的组织比;由此,才能得出全面的结论,使社会组织深刻地认识其在各方面的优势条件以及在某些方面所处的劣势,以期增强资源力量、调整资源结构,以获得一个优化的、与组织今后战略行动相匹配的资源配置,支持与保证组织战略目标的实现。

得分	评卷人	复查人

### 七、综合题(10分) 7-230

44. 背景资料:某大型饮品公司的一种产品突然在某国发生中毒事件,该公司所有产品当即被当地政府禁销。如不妥善处理,将使其受到毁灭性打击。

请为该公司撰写一份策划书。

要求:①合情合理、有效具体;

②措施及时、定位准确;

③体现本次公关特点;

④策划人用"×××",否则此题无分

#### 某大型饮品公司产品中毒事件危机处理新闻发布会策划

1、发布会主题:阐述中毒事件的真相并提出处理方案。

2、活动目标:将真相公布给消费者,并挽回公司形象。

3、活动地点及方式:在公司总部召开新闻发布会。

准备阶段:一方面公司高层要讨论出最合适的处理方案以及相应的发言稿,另一方面着手准备发布会现场的各个事项,包括撰写新闻稿、发送媒体邀请函、现场布置等。

实施阶段:发布会分为两部分,第一部分为公司高层发言——内容主题为对广大消费者作出道歉、对中毒的消费者作出以赔偿为核心的补偿方案、公布召回产品的全方案,第二部

本档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

分为媒体提问环节。通过现场展示以及实物、图片、音像资料全方位传播组织信息，进行必要的沟通、反馈，媒介录制、传播信息。

传播阶段：采取电视直播、互联网直播与纸质媒体相结合的传播方式。

4、传播策划：

电视媒体选择：公司所在地的卫星电视台，地方新闻频道。

互联网媒体选择：四大门户网站（新浪、搜狐、腾讯、雅虎），公司官方网站，纸质媒体的子媒体。

纸质媒体：公司所在地的权威报纸、南方都市报、北京日报。

5、经费预算：采用目标先导法制定预算。

6、活动建议：加强现场保安人手。

策划人：XXX

日期：20XX年X月X日

考试课件网：<http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案！

考试真题软件网：<http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题！

考试学习软件商城：<http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道！