

2010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. “田忌赛马”体现了策划的 【 A 】 1-10
A. 连续性 B. 前导性
C. 现实性 D. 系统性
2. 公关策划行为的客体是 【 B 】 1-15
A. 公关策划人员 B. 公关策划内容
C. 公关策划目标 D. 公关策划方法
3. 贯穿于公共关系活动始终,对公共关系活动的全过程都具有指导意义的活动是 【 C 】 1-21
A. 公关调查 B. 实施传播
C. 公关策划 D. 效果评估
4. 下列属于认知度认知深度的要素是 【 A 】 3-91
A. 组织业绩 B. 行为合作
C. 情感亲和 D. 言语宣传
5. 下列属于生产性企业美誉度内容的是 【 B 】 3-92
A. 民主建设评价 B. 产品评价
C. 硬件评价 D. 政绩评价
6. 创意性原则又可以称为 【 A 】 3-106
A. 新颖性原则 B. 可行性原则
C. 灵活性原则 D. 针对性原则
7. 在创新思维的过程中提出假设属于 【 C 】 4-114
A. 豁然阶段 B. 准备阶段
C. 酝酿阶段 D. 验证阶段
8. 下列属于聚合思维特点的是 【 B 】 4-121
A. 变通性 B. 惟一性
C. 多向性 D. 流畅性
9. 现代公关调查问卷中的无结构问卷指的是 【 C 】 5-160
A. 封闭式问卷 B. 半封闭式问卷
C. 开放式问卷 D. 混合型问卷
10. 采集原始信息属于大型调查程序的 【 B 】 5-156
A. 准备阶段 B. 实施阶段
C. 研究阶段 D. 反馈阶段
11. 对于大多数企业而言,欲以最小的经济代价获取有效且周全的信息,最好运用 【 C 】 5-177

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

- A. 网上查询 B. 浏览法
C. 咨询法 D. 报刊查询
12. 下列在公众的分类中,属于按公众发展的过程进行区分的是 【 A 】 5-178
A. 潜在公众 B. 首要公众
C. 边缘公众 D. 独立公众
13. 决定整个公关活动成败的关键并因此构成了公关工作核心内容的是 【 D 】 6-185
A. 公关方法 B. 公关实务
C. 公关心理 D. 公关策划
14. 在公关时机策划中要注重把握公众心理,这既体现在时机选择上,又体现在 【 A 】 6-207
A. 策划内容上 B. 策划形式上
C. 策划方法上 D. 策划组织上
15. 计算简便且简单易行的公关活动经费预算方法是 【 D 】 7-224
A. 目标先导法 B. 投资报酬法
C. 量人为出法 D. 固定比率法
16. 公关策划书的活动建议也可写作 【 C 】 7-233
A. 批评意见方案 B. 临时方案
C. 备选方案 D. 优化方案
17. 下列属于组织宏观环境的是 【 C 】 8-251
A. 行业性质 B. 消费者
C. 技术环境 D. 中间商
18. 不拘泥于微观局部,体现了公关战略的 【 A 】 8-265
A. 整体性 B. 前瞻性
C. 指导性 D. 稳定性
19. “名流”组织倍受关注,符合传播学理论中的 【 C 】 8-281
A. 优先效应 B. 晕轮效应
C. 螺旋效应 D. 媒介效应
20. 记者招待会又可称为 【 D 】 9-284
A. 庆典仪式 B. 社会赞助
C. 制造新闻 D. 新闻发布
21. “凡事预则立,不预则废”,体现了公关危机处理的 【 D 】 10-345
A. 公众至上原则 B. 及时沟通原则
C. 兼顾法律原则 D. 事先防范原则
22. 使公关策划部门与企业的生产、财务、销售部门并列的部门形式是 【 D 】 11-356
A. 市场营销辅助式 B. 附属公关策划公司式
C. 营销副总经理直辖式 D. 总经理直辖式
23. 衡量政府公关水准的重要标志是能否进入到 【 C 】 12-382
A. “宣传性公关”的境界 B. “交际性公关”的境界
C. “决策型公关”的境界 D. “防御型公关”的境界
24. 非营利组织公共关系策划的核心是 【 A 】 12-398
A. 社会效益 B. 个体利益
C. 组织利益 D. 经济效益

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

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. 公共关系的实践原则包括 【 ABCDE 】 3-102
A. 真实信用原则 B. 平等互利原则
C. 真诚沟通原则 D. 统一协调原则
E. 整体效益原则
26. 在封闭式问卷中, 答案的制定方式主要有 【 ABCD 】 5-161
A. 两择一式 B. 多项选择式
C. 排列式 D. 尺度法
E. 无限定法
27. 与其他媒介相比, 杂志媒介的局限性体现为 【 BDE 】 7-228
A. 周期短 B. 周期长
C. 时效强 D. 时效差
E. 受众狭窄
28. 在谈判产生矛盾时, 最好的选择就是运用缓兵之计, 具体办法有 【 ACD 】 9-318
A. 暂时撇开僵持不下的问题 B. 取消谈判
C. 暂时进行休息反思 D. 采用“夹塞”策略
E. 梯度让步
29. 下列各项能体现群体结构凝聚效应的有 【 BC 】 11-376
A. 患至而忧, 不如预谋 B. 心往一处想, 劲往一处使
C. 众人拾柴火焰高 D. 闲时做下忙时用
E. 晴带雨伞, 饱带干粮

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 1-14

答:

公共关系策划是公共关系人员为了实现组织与其公众认知、美誉与和谐“三度”的特定目标, 根据现实公关状态及其发展趋势, 借助适当的科学方法, 为决策或计划而构思、设计、制定传播沟通方案的智力活动。

31. 准公关策划 2-59

答:

“准公共关系策划”, 指的是在现代公共关系的诞生尚不具备条件的古代, 人们为了协调人群与人群的关系, 以原始、传统的传播方式, 进行沟通、和谐关系所进行的种种有目的的策划活动。

32. 纵向思维 4-122

答:

纵向思维是一种以事物的产生、发展为线索的思维过程, 它是一种历时性的比较思维, 通过比较事物的过去、现在和未来, 使我们能够科学地认识事物发展的客观规律。

33. 组织的外部环境 8-247

答:

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

组织的外部环境,是指组织赖以存在的、影响组织运转与发展的各种客观因素与力量的总和。

34. 创造性公关新闻策划 9-285

答:

即以创新思维指导、筹划、组织、举办具有新闻价值的活动或事件,以吸引新闻传播媒介与公众的关注和兴趣,创造报道传播的事实前提,并使组织成为新闻报道中的主角,以达到提高组织认知度、美誉度、和谐度的目的。

35. 有形损失危机事件 10-324

答:

有形损失危机事件是指直接给组织带来人员伤亡和财产重大损失的突发性事故。

四、简答题(本大题共 6 小题,每小题 4 分,共 24 分)

36. 简述公关策划的发展趋势。 2-76

答:

- (1) 传播媒介进入了新一轮的换代。人类的传播如今转到了以互联网络为主要媒介的传播时代。在这么一个互联网络占据传播主渠道的趋势下,公共关系策划也势必要予以考虑,否则将陷入被动。
- (2) 策划的因素得到多元化的整合。21 世纪的公共关系策划服务对象将得到全方位的、系统化的拓展。而公共关系策划的因素得到多元化整合最突出的,则是策划的内容已经从单一的组织形象得到提升、组织与公廩的关系得到进一步和谐,走向组织相关内容、因素全方位的策划。
- (3) 策划的主体表现为专家组团式。个人的、少数人的策划主体难以驾驭多学科的知识,难以开展科学的公共关系策划。策划主体的专家组团式,是社会实践走向丰富、复杂化的需要,也是信息时代组织形象有效传播的需要。
- (4) 公共关系策划普及为社会文化。由于公共关系策划走向了专业化、社会化,政府、企业出于工作效率的考虑,不再专门设公共关系机构,这恰是公共关系策划走向市场化的表现,

37. 简述横向思维的特点。 4-123

答:

- (1) 多维性。横向思维是对事物的内部和外部的关系进行的多角度、多方位、多方向的比较研究。横向思维是一种非线性思维,能突破事物本身发展的局限,将事物放在与其它事物的开放比较中,从中获得对事物本质和规律的认识。
- (2) 动态性。动态性是指思维不断地突破已有知识的缺陷,通过不同事物的内在联系和关系,有效地解决问题。
- (3) 立体性。通过事物前后、左右、上下等关系,认识事物的思维过程,它打破了纵向思维的平面特征。
- (4) 同时性。横向思维常常是在某一时间内,通过事物或问题与其他事物或问题的比较,来达到解决问题或认识事物的目的。这种比较研究,必须在时间上具有同一性。否则,我们就不可能从横向思维中获得科学的认识。

38. 公关调查准备阶段需要做哪些工作? 5-155

答:

- (1) 确定调查任务。公共关系调查任务是由调查的内容确定的, 根据不同的调查内容, 确定不同的调查任务。调查任务不同, 调查中所使用的方法、技术手段和测量指标也有所不同。
- (2) 细分调查问题。为了使调查方案具有可操作性, 必须对总课题进行解析、细分。包括调查范围、调查内容的横向细分与调查内容深度上的纵向细分, 并列出具若干所需调查明确的具体问题。
- (3) 制定调查方案。对某项调查本身的策划设计, 包括调查的目的要求、调查的具体对象、调查的内容提纲和调查表格、调查的地区范围、调查的组织领导、人员配备、时间进度、经费预算等。其目的是使调查工作能够有组织、有计划地进行。

39. 简述公关时机的特征。 6-199

答:

- (1) 短暂性。公关时机的短暂性, 决定了发现和利用时机的重要性。如果公关人员对时机具有高度的敏感, 能及时捕捉每一个公关良机, 那么公关活动就好像一只又一只的顺风船, 载着组织乘风破浪顺利前进。另外, 公共关系策划人员在发现良机之后, 应迅速地作出反应, 有效地加以利用。
- (2) 隐蔽性。公关人员需要有一个有准备的头脑, 有随时把握、利用公关时机的意识, 更要在实践中练就一双火眼金睛, 准确地发觉某一形势或事件所蕴含的时机价值, 及时地找到开展公关活动的良机。
- (3) 可造性。中国人做事喜欢讲究“天时、地利、人和”。其中“天时”就是指的天赐的时机、自然形成的机会。然而, 时机并非一定要坐等天赐, 在条件适宜的时候, 我们还可主动去创造公关活动的有利时机。
- (4) 不确定性。公关时机常常是突如其来, 无法预测, 也没有规律可循的。对于它的把握, 既能显示出策划者驾驭时机的高超技艺, 又能使公关策划获得意想不到的成功。

40. 简述公关战略的特点。 8-264

答:

- (1) 公共关系战略内容的抽象性。公共关系战略相对具体公共关系的策划来说, 它要抽象得多。它所确定的一个组织的公共关系战略目标、重点或步骤, 都是非具体化的抽象描述或要求。
- (2) 公共关系战略的前瞻性。而公共关系战略的前瞻性, 就是指公共关系战略应该反映组织未来的发展目标及实现目标的主要途径和措施。为了组织能更稳健地发展, 就应该预测组织的未来、描绘组织未来的公共关系理想境地, 从而起到公共关系战略的指导性的作用。
- (3) 公共关系战略的整体性。公共关系战略的整体性, 要求社会组织公共关系战略的策划者要站得高、看得远。能够从大局和宏观着眼来审视组织明天的地位、形象以及达到这种境界的方针大略, 而不是流于具体的枝梢末节。
- (4) 公共关系战略的指导性。一个组织所制定的公共关系战略, 是用以指导这一组织开展公共关系具体工作的。因此, 它居高临下, 仅仅以确定建设性的大方向、总目标、以及重点步骤为其内容。这就是所谓公共关系战略的指导性作用。

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

(5) 公共关系战略的稳定性。公共关系策略的稳定性, 主要作用在于能够保证一个社会组织的公共关系战略和其他公共关系活动都围绕一个中心目标来进行。

41. 简述公关广告策划的原则。 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。

五、论述题(10分)

42. 试述公关策划人应具备的能力素质。 11-369

答:

- (1) 决策能力。主要包括四个方面: 其一, 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。其二, 善于综合分析——公共关系策划人要具有分析综合、统筹决策的魄力和能力。其三, 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。其四, 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。
- (2) 创新能力。所谓创新能力, 是指人们对某种刺激产生许多“独特认识联结”的能力, 它至少包括以下三点: 一是流畅性, 即对刺激能够很通畅地作出反应; 二是灵活性, 即随机应变的能力; 三是独创性, 即对刺激作出不同寻常的反应。
- (3) 应变能力。公共关系策划人的应变能力, 实际上是一种根据不断发展变化的主客观条件随时调整公共关系策略的难能可贵的创新能力。具有应变能力的策划人, 不因循守旧, 不墨守成规, 能够从表面“平静”中及时发现新问题、新情况, 从中探索出新的策略和技巧, 勇于开拓, 大胆提出新设想、新方案; 对已有成绩不满足, 能透过此时的成绩发现隐患。因此, 从这个意义上讲, 应变能力也是一种创新。
- (4) 社交能力。社交能力是衡量一个现代人对开放社会适应与否的标准之一。一个成功的公共关系策划人必须具备善于与公众打交道的本领, 为组织的生存与发展创造“人和”的社会人事环境和社会气氛。
- (5) 表达能力。表达能力包括口头表达能力和书面表达能力。口头表达能力是指说话要准确、形象、生动, 要有表现力。书面表达能力即“笔头功夫”, 写作要流畅、准确、得体而又生动、形象。

六、案例分析题(10分) 5-180、3-106、8-277

43. 某县地处北方、交通便利、紧邻大城市。由于具有独特的冰雪资源, 当地政府决定搞冰雪旅游。经过对其他冰雪旅游景点和游客需求的分析研究, 决定把当地冰雪旅游定位在

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

工薪阶层游客上。同时,决定把北方人的生活特色与待人的热情也作为一种资源加以开发。为此,搞了许多家庭旅馆,为客人提供富有北方特色的住宿、饮食。因该项旅游特色突出,推出后吸引了大量工薪阶层家庭游客,该景点的形象很快确立起来。

请分析该策划成功的原因。

答:

- (1) 该策划成功地迎合了游客的需求。当社会进入商品丰富、相对过剩的时代,“保证质量、价格公道”的公众需求,各组织均予以了满足,顾客公众对社会组织的需求自然便注入了“情感满足”的因素,希望社会组织所提供的商品与服务均具有人的情味。该策划融合了北方人的生活特色与待人的热情。
- (2) 该策划成功利用了该县独特的冰雪资源。新颖性原则是指公共关系策划活动应该力求新奇、独特、精致、不落俗套。策划的活动应该独特。所谓独特是指策划的活动具有独到之处,具有突出的特点。不同类型的组织应该针对自己的实际情况,采取独特的活动方式开展公共关系活动,而不能盲目地去模仿他人。独特的活动方式必须以针对性为基础,才能有效地解决实际问题。
- (3) 该策划是可造福地方的、并通过造福地方建立起了景点的形象。该景点应该在为社区居民提供就业机会方面作出贡献,因为占据了社区的空间,而土地空间均是当地人们谋生的资源,作为回报就应该把就业机会优先提供给当地的居民;其次,景点的发展给社区带来了连带的效益,如景点纪念品的售卖、相关服务,都必然会促进社区经济的发展;再次,景点资源的良好运用,有利于社区环境的美化与更新。

七、综合应用题(10分) 7-232

44. 某品牌家电销售商拟在 5·1 期间开展答谢新老顾客的产品促销活动。请以“×××”公关策划公司的名义,为该销售商撰写一份公关策划书。

作答要求:①体现撰写公关策划书的相关要求;

②结构完整。

某品牌答谢新老顾客家电促销策划书

- 1、策划主题:家电进门来,促销大家。
- 2、活动目标:一方面答谢新老顾客,做好顾客关系管理;另一方面刺激产品销售额的上涨。
- 3、活动方式:现场促销。
准备阶段:设定好全套、多样、符合消费者需求的促销价格方案,并提前告知消费者。
实施阶段:在卖场设置醒目的广告牌,开放音乐。安排促销员为顾客提供各种建议。
传播阶段:采取派发传单和在卖场门前设置平面广告的传播方式。
- 4、传播策划:
在纸质媒体上刊登促销广告,并同时派发传单。对于有记录的长期客户,将采取邮寄促销手册的方式。
- 5、经费预算:采用目标先导法制定预算。
- 6、活动建议:在现场设置人偶来吸引卖场内潜在消费者的注意。

策划人:XXX 公关策划公司

日期:20XX 年 X 月 X 日

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

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!

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!