

2013 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 试题

课程代码: 00645

本试卷满分 100 分, 考试时间 150 分钟

考生答题注意事项:

1. 本卷所有试卷必须在答题卡上作答。答在试卷和草稿纸上的无效。
2. 第一部分为选择题。必须对应试卷上的题号使用 2B 铅笔将“答题卡”的相应代码涂黑。
3. 第二部分为非选择题。必须注明大、小题号, 使用 0.5 毫米黑色字迹笔作答。
4. 合理安排答题空间, 超出答题区域无效。

第一部分 选择题

一、单项选择题(本六题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 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“答题卡”的相应代码涂黑。未涂、错涂或多涂均无分。

1. 约翰·彼夫勒和文斯·普安修斯特对“策划”的界定属于【 C 】 1-3
A. 选择决定说 B. 事前行为说 C. 管理行为说 D. 理性行为说
2. 公关策划行为的主体是【 C 】 1-15
A. 公关策划目标 B. 公关策划依据 C. 公关策划人员 D. 公关策划方案
3. 公关活动的关键环节是【 B 】 1-21
A. 公关写作 B. 公关策划 C. 公关语言 D. 公共心理
4. 标志中国“多元策划”时代到来的事件为【 C 】 2-46
A. “迁都于殷” B. “围魏救赵” C. “公车上书” D. “郑和下西洋”
5. 组织最为关心的形象指标是【 A 】 3-88
A. 和谐度 B. 美誉度 C. 知名度 D. 认知度
6. 古语“时移则势异, 势异则情变, 情变则法不同”所体现的公关策划原则是【 A 】 3-107
A. 灵活性原则 B. 时效性原则 C. 群体性原则 D. 新颖性原则
7. “急中生智”所体现的创新思维特点是【 C 】 4-116
A. 求异性 B. 发散性 C. 非逻辑性 D. 针对性
8. “长期积累, 偶然得之”所体现的“非逻辑”创新思维形式是【 A 】 4-130
A. 灵感 B. 联想 C. 直觉 D. 想象
9. 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. 公关策划中最具实用价值的信息来源是【 D 】 5-171
A. 历史史实 B. 个人经验 C. 文学作品 D. 相似公关事件
11. 一般而言, 在公关策划开始之时, 策划者对目标公众态度的分析研究, 重点应放在公众心目中组织形象的【 A 】 5-183
A. 定性判断上 B. 定量判断上 C. 综合判断上 D. 独立判断上
12. 公关策划的核心内涵可以表述为【 D 】 6-185

- A. 计划 B. 方案 C. 方法 D. 创意
13. 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【 B 】 6-190
A. 以攻为守法 B. 信息开发法 C. 统摄思维法 D. 智力激荡法
14. 具有“计算简便、简单易行”优点的公关活动经费预算方法是【 B 】 7-224
A. 投资报酬法 B. 固定比率法 C. 量入为出法 D. 目标先导法
15. 对内容复杂、技术性强的组织产品进行传播,应选择【 B 】 7-229
A. 组织传播与人际传播结合 B. 印刷品传播与人际传播结合
C. 电视广告与组织传播结合 D. 户外广告与室内广告结合
16. 政府机构公关战略的重点是【 D 】 8-267
A. 完整和统一 B. 权威和作用 C. 法律和规范 D. 廉洁和高效
17. 属于创造性公关新闻策划的选项为【 D 】 9-285
A. 庆典仪式 B. 形象展览 C. 新闻发布 D. 制造新闻
18. 由无法预见、无法避免、无法控制的不可抗拒原因所造成的突发性事件是【 B 】 10-324
A. 无形损失危机事件 B. 非人为危机事件
C. 人为危机事件 D. 内部危机事件
19. 公关策划人开展工作的目的是【 A 】 11-367
A. 树立社会组织的良好形象 B. 维护社会公德
C. 维护广大公众的利益 D. 服务社会
20. 通常情况下,判断非营利组织公关策划成败的标志是【 D 】 12-398
A. 企业认同 B. 促销效果 C. 员工认同 D. 社会影响

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,请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。未涂、错涂、多涂或少涂均无分。

21. 英雄策划时代的特点有【 ACD 】 2-39/41
A. 策划主体多为富有权势、地位的“英雄”个人
B. 策划的思维具有明显的经验性
C. 策划的内容对象多在政治、军事领域
D. 策划的思维具有模糊性
E. 策划的内容对象多在经济领域
22. 正确运用统摄思维法应掌握的主要步骤有【 ABDE 】 6-191
A. 给定并详细介绍问题 B. 了解问题实质加以分析排列
C. 逼近问题 D. 远离问题
E. 确定与完善方案
23. 公关危机事件的处理应遵循的原则有【 ABCDE 】 10-345/348
A. 事先防范原则 B. 公众至上原则
C. 及时沟通原则 D. 兼顾法律原则
E. 借机更新原则
24. 部门型公关策划公司的机构设置包括【 BCDE 】 11-360/361
A. 营销部 B. 客户部 C. 市场部 D. 创作部 E. 媒介部
25. 政府公关的特点主要有【 ABCDE 】 12-381/382
A. 影响的广泛性 B. 目标的独特性
C. 主体的权威性 D. 公众的复杂性
E. 方法的全面性

第二部分 非选择题

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

请在答题卡上作答。

26. 公关策划 1-14

答:

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。

27. 美誉度 3-85/86

答:

社会组织获得公众赞美、称誉的程度; 是组织形象受公众给予美丑、好坏评价的舆论倾向性指标。

28. 创新思维 4-113

答:

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。

29. 调查方案 5-155

答:

是对某项调查本身的策划设计, 它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。

30. 公关活动时机 6-198

答:

在时间方面有利于公关活动的开展、并对取得良好效果具有重要影响的客观条件。

四、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

请在答题卡上作答。

31. 简述公关策划可行性原则的具体要求。 3-105/106

答:

- (1) 进行可行性分析。
- (2) 进行可行性试验。
- (3) 进行可行性评估。

32. 发散思维的形式有哪些? 4-119/120

答:

- (1) 正向发散思维
- (2) 逆向发散性思维
- (3) 侧向发散思维
- (4) 多向发散思维

33. 简述公关危机处理“五步曲”。 10-330/337

答:

- (1) 控制事态发展

- (2) 表明组织态度
- (3) 调查事件真相
- (4) 采取对策措施
- (5) 公布应对过程

34. 公关策划公司在经营活动中应坚持哪些主要原则?**11-363/364**

答:

- (1) 合法经营的原则
- (2) 经济效益的原则
- (3) 合同契约的原则
- (4) 信誉至上的原则
- (5) 创新开拓的原则

35. 政府外部公关策划具体包括哪些主要内容?**12-380**

答:

- (1) 政府与其他社会组织的公关策划
- (2) 政府与经济、文化组织的公关策划
- (3) 政府与个体公众的公关策划
- (4) 本国政府与外国政府及国际性组织之间的公关策划

五、论述题(本大题共 1 小题, 共 10 分)

请在答题卡上作答。

36. 试述公关调查的主要功能。**5-150**

答:

- (1) 提供有关组织形象的信息

了解公众意见和态度, 寻求组织形象自我评价与公众评价的差距, 为调整差距服务。

- (2) 为公共关系策划提供科学依据

策划目标的确定必须以充分的信息为依据, 获取信息最可靠的方式便是调查, 科学客观的调查为公关方案策划成功提供保证。

- (3) 为方案审定提供参照标准

评定方案最可靠、客观的标准是调查所获的客观信息, 只有依据这些信息进行推理, 才能得出科学的评判。

- (4) 公共关系调查本身具有公共关系效应

调查离不开调查人员与调查对象的广泛接触, 这就向公众传播了组织的信息, 有助于组织形象塑造, 产生公关效应。

六、案例分析题(本大题共 1 小题, 共 10 分)

请在答题卡上作答。

37. 某软件公司新开发了一套管理系统, 并在市场上进行推广。某大学相关人员经测试后, 有意购买该系统, 但由于价格问题双方各持己见, 均要求对方作出让步。由于软件公司急于打开市场, 经公司集体研究后决定, 将价格由原来的 30 万元报价直降为 20 万。而该系统仅研发成本一项就高达 18 万, 加上其他开支, 利润空间已经很小。但是, 某大学看到其报价一次性降低 10 万元, 反认为其报价还有很大“水分”, 从而要求软件公司再次降价。于是该软件公司陷入了非常被动的局面。

请回答: ①运用公关策划相关知识分析该公司在谈判中陷入被动的主要原因。

②如果你是谈判人员如何做才能使公司避免被动局面?**9-318/319**

答:

- (1) 该公司陷入被动的主要原因在于, 没有在谈判中运用“梯度让步”技巧。

(2) 为避免在谈判中陷入被动, 在谈判中应采取梯度让步技巧, 具体如下:

首先, 不能作一次性的大让步;

其次, 把自己处境中的困难用算账的方式告诉对方;

再次, 举出证据说明你在同其他对手谈判这个问题时, 从来没有比这更大的让步。

最后, 如果你认为自己的让步已到了最大限度, 而对方还要进逼, 说明对方不通情理或不谙行情, 你可以提出使对方难于接受、又能作圆满解释的条件作为筹码来保护自己的让步条件, 迫使对方放弃要求。

七、综合题(本大题共 1 小题, 共 10 分)

请在答题卡上作答。

38. 某上市 IT 企业, 具有一定知名度, 但由于该企业产品涉嫌泄露客户信息, 新闻媒体的报道多为负面。与此同时, 该企业产品销售额下降了 5 个百分点, 股票下跌 6 个百分点, 企业发展一度陷入困境。

请为该组织撰写一份公关策划书, 以助该企业摆脱困境。

要求: ①整体战略性;

②要有个性, 并规范;

③体现相关知识点;

④策划人用“×××”, 否则此题无分。7-232/233

答:

标题: 应从“企业形象”策划的战略高度入手。

创意: 新颖, 吸引人, 并有战略目光。

目标: 总目标和具体目标, 从各类公众角度思考, 要体现百分点。

步骤: 体现阶段性、计划性、连续性、实效性。

媒介: 切合目标, 符合“三度”要求。

预算: 广告、活动等量入为出, 少花钱多办事。

建议: 至少有一个备选方案。

署名、时间。