

绝密★考试结束前

全国 2014 年 4 月高等教育自学考试 公共关系策划试题

课程代码：00645

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 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“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 公关策划的客体是（ B ） 1-15

- A. 策划人员
- B. 策划内容
- C. 策划依据
- D. 策划方法

2. 被誉为公关策划职业创始人的是（ A ） 2-69

- A. 艾维·李
- B. 乔治·迈克尔利斯
- C. 乔治·密奇斯
- D. 卡特里普

3. 古人说：时移则势异，势异则情变，情变则法不同，讲的是公关策划的（ B ） 3-107

- A. 新颖性原则
- B. 灵活性原则
- C. 可行性原则
- D. 针对性原则

4. 横向思维的特点是（ C ） 4-124

- A. 平面性
- B. 静态性
- C. 同时性
- D. 历时性

5. 聚合思维的特点是（ B ） 4-121

- A. 逆向性
- B. 逻辑性
- C. 多向性
- D. 流畅性

6. 公关活动离不开信息，而公关信息获取的关键途径是（ B ） 5-149

- A. 分析
- B. 调查
- C. 总结
- D. 评估

7. 对人脑信息进行检索的主要方式是（ C ） 5-174

- A. 查阅
- B. 阅读
- C. 回忆
- D. 背诵

8. 表示食物在消费中所占比率的是（ D ） 5-179

- A.基尼系数
B.大岛指数
C.洛伦茨系数
D.恩格尔系数
- 9.在公关时机策划中，通常所说的“制造新闻”运用的策略是（ A ） 6-211
A.造机
B.乘机
C.借机
D.偷机
- 10.一般来说，生产日用品的企业开展公关活动的最佳地点是（ C ） 7-221
A.广场
B.会堂
C.闹市
D.工厂
- 11.广播、电视媒介共有的局限是（ C ） 7-228
A.信息传播费用高
B.普及程度低
C.转瞬即逝，难以记存
D.信息简单，感染力差
- 12.一个国家经济体制由经济力量支配，而选择经济体制的决定因素是（ A ） 8-248
A.政治力量
B.传统力量
C.文化力量
D.技术力量
- 13.就公共关系战略目标而言，确定员工心目中组织形象的核心是（ C ） 8-270
A. “可以依托的组织”
B. “值得骄傲的组织”
C. “员工自己的组织”
D. “愉快的工作环境”
- 14.对媒介传播速度的分析，首先要考察媒介的（ D ） 9-301
A.提供时段
B.提供版面
C.传播空间
D.传播周期
15. “一叶落而知天下秋”、“窥一斑而见全豹”谈的是创新思维中的（ D ） 4-130
A.直观判断
B.取代式想象
C.组合式想象
D.洞察力
- 16.人为危机事件是指由与组织具有直接关系的人的行为所造成的（ A ） 10-324
A.突发性事件
B.必然性事件
C.日常性事件
D.常规性事件
- 17.为防范外部环境变化给组织带来危机，一个长远发展的组织应建立管理上的（ D ） 10-354
A.监察系统
B.检查系统
C.预备系统
D.预警系统
- 18.部门型专业公关策划公司的创作部包括公关策划的设计部门和（ A ） 11-361
A.制作部门
B.决策部门
C.流通部门
D.营销部门
19. “众人拾柴火焰高”指的是群体结构的（ B ） 11-376
A.马太效应
B.凝聚效应
C.蝴蝶效应
D.晕轮效应
- 20.我国的公关活动最早出现在沿海城市的（ D ） 12-396
A.制造业
B.纺织业
C.运输业
D.旅馆业

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“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 公关策划的要素包括（ ABDE ） 1-15

- A. 策划目标
- B. 策划内容
- C. 策划想象
- D. 策划人员
- E. 策划方案

22. 古代准公关策划的特点有（ ACD ） 2-63

- A. 策划主体依然多是些“英雄”
- B. 策划的客体具有明显的经验性
- C. 重点是为了协调统治者与民众的关系
- D. 多借助本能的、传统的传播方式
- E. 以“策”取胜

23. 公关策划的目标是提高组织的（ ABE ） 3-80

- A. 美誉度
- B. 和谐度
- C. 现实性
- D. 科学性
- E. 认知度

24. 创新思维的特点有（ ACD ） 4-116

- A. 非逻辑性
- B. 逻辑性
- C. 求异性
- D. 发散性
- E. 求同性

25. 运用统摄法必须注意（ ABCE ） 6-191

- A. 给定并详细介绍问题
- B. 了解问题实质
- C. 远离问题
- D. 分析和排列问题
- E. 确定与完善方案

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。

三、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

26. 和谐度 12-413

答：

与“美誉度”一样，“和谐度”也属对于组织道德价值判断的范畴，但却是美誉度在目标公众中的延伸，即一个社会组织在发展运行过程中，获得目标公众态度认可、情感亲和、言语宣传、行为合作的程度，是组织从目标公众出发、开展公共关系工作获得回报的指标。

27. 公众舆论 5-151

答：

公众舆论或民意，是社会中特定的人们对于具有切身性、重要性、新异性和争议性的问题所公开表达的情绪性的一

致议论和意愿。

28. 公关战略 8-247

答：

所谓公共关系战略，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。

29. 非人为危机事件 10-324

答：

非人为危机事件是指由无法预见、无法避免、无法控制的不可抗拒原因所造成的突发性事件。

30. 企业文化 12-390

答：

企业文化指的是在整体性观念信仰指导下的企业运作方式和员工生活方式。

四、简答题（本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分）

31. 简述公关策划的作用。 1-22-23

答：

- (1) 可以增强公关工作的有效性
- (2) 可以提高公关工作的计划性
- (3) 可以保证公关工作的连续性
- (4) 可以促进公关工作的规范性

32. 简述公关策划的趋势。 2-76-77

答：

- (1) 传播媒介进入了新一轮的换代
- (2) 策划的因素得到多元化的整合
- (3) 策划的主体表现为专家组团式
- (4) 公共关系策划普及为社会文化

33. 简述公关策划整体性原则的内容。 3-108-109

答：

- (1) 应该充分考虑组织自身的整体实力。
- (2) 应该全面考虑外部环境的整体利用。
- (3) 应该精心考虑策划要素的整体协调。
- (4) 应该周密安排策划程序的整体衔接。

34. 简述公关时机的作用。 6-202-203

答：

- (1) 有利于提高组织的认知度、美誉度和和谐度
- (2) 有利于推广产品，帮助组织在短期内打开新局面
- (3) 有利于组织摆脱困境，反败为胜

35.与生产企业相比，商业企业公关有何特点？ 12-391-392

答：

商业企业公共关系策划的特点，有许多地方与生产企业是相共相通的。

- (1) 进行商业企业公共关系策划，首先要纠正目前一种认识上的偏向——公共关系活动中过于强烈的推销性、劝说性、偏视性和直接功利性，从而将推销术、广告术与公共关系策划区别开来。
- (2) 将商业公共关系策划贯穿于商业活动的全过程，改变某些企业只是在销售中佐以“公关术”的做法。
- (3) 把商业企业公共策划的着眼点放到“信息沟通”方面来，是公共关系在消费领域上更上一层楼的有效途径。

五、论述题（10分）

36.试述公关策划公司的经营原则。 11-363-364

答：

- (1) 合法经营的原则

合法经营原则是公共关系策划公司开展业务活动时应遵守的第一原则。

- (2) 经济效益的原则

经济效益的原则是市场经济中的基本法则，公共关系策划公司同其他经济实体一样，都是经济运行中的基本单位，因此，主要目标应该是盈利，讲求经济利益。只有以经济利益为主要目标，才能在“看不见的手”的有效引导下提高社会的整体效益。

- (3) 合同契约的原则

合同契约是指公共关系策划公司在开展业务时要以合同的形式、契约的形式将委托双方的权利、义务和责任确定下来。合同一经签订就要完全执行，以维护合同的严肃性。

- (4) 信誉至上的原则

信誉至上就是重信誉、守信用、创优质、重合同，要依靠全面、优质的服务赢得客户的信赖，树立良好的企业形象。公共关系策划公司要真正做到客户至上，为客户提供全方位的、多层次的服务，以客户的满意度作为衡量公司工作好坏的标准。

- (5) 创新开拓的原则

创新开拓的原则是指公共关系策划公司在为客户策划、设计、制作公共关系活动及其相关作品时，要敢于以“新”取胜。千篇一律的公共关系策划创意很难引起社会公众的注意，因此，公共关系策划形式，公共关系策划所要表达的意境，要不断进行创新，给社会公众耳目一新的感觉。同时，创新开拓可以为公共关系策划公司赢得声誉，赢得经济效益。

六、案例分析题（10分）

37. 某科技公司预购进一台大型电子设备，半年来一直与 A 公司接洽，但双方就价格问题迟迟未能达成一致。在最后一次谈判中，该科技公司公关营销代表认为，A 公司设备的技术性能在国内并不处于领先地位，而且在交货日

期上，科技公司也可以延展期限。A 公司谈判代表认真考虑了科技公司代表的意见后，终于提出了合理的价格，僵持半年的问题终于圆满解决。

该科技公司的谈判代表采取了什么公关技巧？这一技巧主要有哪些办法？ 9-318

答：

该科技公司的谈判代表采取了谈判活动的公关技巧——追求双赢。

这一技巧主要有以下方法：

(1) 货比三家

谈判最重要的、最基础的工作，就是了解信息，知己知彼，从而对己方谈判的目标、报价、让步及其策略都做到心中有数、胸有成竹。“货比三家”，便通俗地表明了对谈判关键信息了解掌握的重要性。

(2) 追求双赢

因为谈判的目的是为了双方进行愉快的、互惠互利的合作，且增进了解，建立友谊。如此，谈判追求的便是“双赢”，即双方均得到满足。

(3) 缓兵之计

在谈判中，双方在交锋中难免会遇到矛盾一时无法解决，这时最忌讳的就是意气用事，过于针锋相对，以至伤了和气却依然解决不了问题。这种时候，最好的选择就是运用“缓兵之计”，在缓和气氛后双方再试图进行靠拢。

(4) 梯度让步

几乎所有的谈判实践均表明，平等的谈判几乎没有不互相妥协、让步的。如此，让步就是谈判中必不可少的正常手段。

七、综合题（10分）

38. 某农业大省，盛产优质农产品，尤其是绿色农产品。但长期以来，绿色农产品并未给当地农民带来经济效益。该省政府通过调查研究，决定把本省建成全国绿色农产品生产基地。

请为该省策划一个绿色农产品的展览方案。 7-232

答：

公共关系策略书的内容包括：

(1) 标题

一般由“活动内容+文种”构成。

(2) 主题创意

即用简洁的语言概括公共关系活动创意内容。

(3) 活动目标

用简洁的语言表明本次公共关系活动所要达到的具体目的，一般根据调查所得到的数据为参照系、根据本次公共关系活动的力度，确定组织在特定范围、相关公众中的认知度、美誉度、和谐度上，分别上扬若干个百分点。

(4) 活动方式和实施步骤

一般分为“准备阶段”、“实施阶段”、“传播阶段”。在每一阶段均要写明活动地点、时间、实施人员、进程安排、物品调度、经费使用等。

(5) 传播计划

用简明的语言、条文式地写出所选择的媒介，媒介的版面、时段、空间确定，并作出相应的组合安排与经费计划。

(6) 经费预算

任何公共关系活动均是本着花钱少、收效好的原则进行的，这在经费预算上可以鲜明地体现出来。经费预算要将每一项开支均详细列出，最后算出总额。

(7) 活动建议

也可写作“备选方案”，即预测策划实施过程中可能存在的不可预测因素，相应地写上公共关系活动策划实施的权变方案或注意点，以备产生突变因素时，有应变措施保证策划目标的实现。

(8) 署名与日期

即写下策划人的名字和策划书完成的日期。

为该省策划时结合格式灵活撰写即可。

qq593777558