

试卷代号: 3106

座位号

中央广播电视大学 2004--2005 学年度第一一学期期末考试

国际贸易、市场营销 专业 公共关系学 试题
工商企业、企业公关

2005 年 1 月

题号	一	二	三	四	五	六	总分
分数							

得分	评卷人

一、填空题:(每空 1 分,共 15 分)

- 公共关系的四大要素:即主体是_____ ;客体是_____ ;方法是_____ ;手段是管理职能和信息传播。
- 现代公共关系观念要求以公众导向作为指导公共关系工作的基本原则,其基本内容包括:塑造形象的观念、提高信誉的观念、_____ 的观念、互惠互利的观念、_____ 的观念、全员公关的观念、立足长远的观念和注重效益的观念。
- 在公共关系调查内容的确定上,特殊性公共关系调查,主要调查的内容为:_____ 调查、_____ 调查和传播效果调查。
- 公共关系完整定义所表述的内容实质上就是传播信息、_____ 、树立形象、_____ 。
- 公众是任何因面临某个共同问题而形成的,有着某种共同利益,并为某一特定组织的工作产生_____ 的社会群体。
- 爱德华·伯奈斯公共关系思想的一个重要组成部分是“_____ ”,1923 年,他的代表作《_____ 》问世。在这本书中,他首次引用了公共关系一词。
- 国际公共关系活动的基本原则是:具备全球眼光、_____ 和遵守国际惯例。
- 新闻制造的基本要求是:_____ ;主题新颖;_____ 和实事求是。
- 企业突发事件的基本特征有:突发性、不可预测性、_____ 和舆论关注性。

得分	评卷人

二、名词解释:(每小题 5 分,共 20 分)

- 非公众:
- 征询型公共关系:
- 伯奈斯:
- 直接调查法:

学 号 姓 名 分 校 (工 作 站)

学号	
姓名	
分校(工作站)	

得 分	评卷人

三、单项选择题:(请将正确答案的字母序号填在括号内。每题 2 分,共 20 分)

- () 的用人原则,是面向社会,根据人的能力广选人才的一种用人原则。
A. 因人施任、任人惟贤
B. 广选博择、正视能力
C. 取人之长、忍人之短
D. 发现人才、培养人才
- () 公共关系调查,是组织在正常的各项活动中所进行的调查。
A. 特殊性
B. 信誉度
C. 知晓度
D. 一般性
- 从动态的角度分析,公共关系表现为一种()。
A. 过程
B. 目标
C. 状态
D. 活动
- 组织要想建立良好的内部公共关系,首要的问题是()。
A. 满足员工物质和精神的需要
B. 进行感情沟通
C. 掌握用人之道
D. 理顺内部关系
- 公共关系决策性职能的首要主要内容是()。
A. 发现问题、加强管理
B. 咨询建议、决策参谋
C. 防患未然、危机处理
D. 创造效益、寻求发展
- 公共关系产生的最主要原因是()。
A. 大众传播技术的发展
B. 社会意识形态的变化
C. 商品经济的繁荣
D. 民主政治的发展
- 在对公共关系调查资料的分析与应用中,首先要对()进行分析。
A. 公关三度
B. 组织的基本情况
C. 形象差距的比较
D. 组织形象的内容
- 举行新闻发布会需要做好会前准备工作,而做好这项工作的首要条件是()。
A. 选择会议地点
B. 确定参会人选
C. 确定会议主题与时间
D. 确定会议主持人和发言人

9. 公共关系案例分析的基本原则有()。

- 客观性、全面性和动态性
 - 阅读案例、确定重点和深入分析
 - 专题型、综合型和信息型
 - 真实性、现实性、实践性、典型性、可读性和系统性
10. 巴纳姆的公共关系手段是()。

- 编制神话
- 双向平衡
- 实事求是
- 投公众所好

得 分	评卷人

四、判断题:(在你认为正确的题前画“√”,不正确的画“×”。每题 2 分,共 20 分)

- 国际公共关系的发展又有了新突破,它表现为:环境公共关系越来越引起人们的高度重视;危机公共关系与问题管理已推向社会;金融公共关系的发展日益成为公共关系的重要内容。
()
- 建立并强化全员公关意识是公共关系部门的一项经常性的、重要的工作。
()
- 公共关系新闻传播具有客观性、免费性、新闻性和可信性等特征。
()
- 公共关系要求组织做好基础工作,只要基础工作做好了,一切公共关系问题便随之迎刃而解。
()
- 从新闻学和公共关系学相结合的角度来分析,新闻价值的标准主要有:新颖性、经济性、重要性、接近性和需要性。
()
- 信息采集是社会组织监测社会环境的重要基础工作。
()
- 中期公共关系时期,人们在不自觉地从事着各种具有公共关系性质的活动,且这种活动局限于很小的范围内。
()
- 政府关系主要涉及行政机构、金融机构和法律服务机构三大方面。
()
- 在公共关系工作程序中,公共关系计划管理是最核心的工作,也是非常重要的工作步骤,它发挥着管理职能。
()
- 公共关系不是人际关系,但是公共关系可以采取人际关系的手段和方法来解决公共关系的问题。
()

得分	评卷人

五、问答题：(10分)

1. 公共关系预算的基本方法及内容有哪些？

准考证号
考生证号
姓名
(工作站)

考生答题不得过此线

得分	评卷人

六、案例分析：(15分)

荷兰皇家/壳牌公司是全球最大的企业之一，也是全世界最大的能源公司之一，在130多个国家从事经营。公司的核心业务包括石油和天然气的勘探和开采、油品、天然气和发电、化工以及可再生能源。

壳牌以负责任的企业公民为目标，在有业务活动的各个国家广泛发起并参与各种类型的社会公益活动，称为社会投资。1998年壳牌集团的社会投资总额达9200万美元。主题也涉及多个方面，其中环保在总支出中占9%。壳牌(中国)公司也秉承集团宗旨，积极从事社会投资，并选择了环保、道路安全与教育作为其三大主题。自1995年起，随着壳牌在中国业务的迅速发展，社会投资也逐步增加，1998—1999年度总额达200万元人民币。

以1994年成立的“自然之友”和1996年成立的“地球村”为代表的民间环保团体十分活跃，并已有了相当的影响。

以媒体为代表的公众对环保的关心程度与日俱增，环保专栏越来越多地出现在报纸、杂志和电视、电台上。环保更多地与教育结合在一起，呈现“从娃娃做起”的势头。环保内容不但出现在中小学生的自然、生物等课程中，而且教委、团委、青少年科技馆等组成一个立体的教育网，提供了一个良好的企业接入口。

结合环保与教育，他们选择京、沪、穗三地，与教委合作开展了“壳牌美境行动”活动，鼓励学生动脑与动手，由学生自己设计环保方案，经评选获奖的方案可以获得壳牌三千元资金支持，由设计方案的学生自己动手实施。京沪穗三地共有2万余名中小學生参与此项活动，提交环保方案1000余个，共有234个方案获奖。

案例思考：对壳牌(中国)公司这种公关活动，你有什么认识？(要求写出一篇400字左右的案例分析。)

试卷代号:3106

中央广播电视大学 2004—2005 学年度第一学期期末考试

国际贸易、市场营销专业 公共关系学 试题答案及评分标准
工商企业、企业公关

(供参考)

2005 年 1 月

一、填空题:(每空 1 分,共 15 分)

- | | |
|-----------|-------------------|
| 1. 社会组织 | 社会公众 |
| 2. 服务公众 | 协酒沟通 |
| 3. 具体问题 | 活动效果 |
| 4. 协调关系 | 谋求发展 |
| 5. 互动效应 | |
| 6. 投公众所好 | 公众舆论之凝结(或公众舆论的形成) |
| 7. 重视地方特色 | |
| 8. 目的明确 | 及时准确 |
| 9. 严重危害性 | |

二、名词解释:(每题 5 分,共 20 分)

1. 非公众是公共关系中的特殊概念,指的是在组织的影响范围内,不受组织各项方针政策和行为左右的;同时,他们的行为和要求也不影响组织的社会群体。(5 分)
2. 征询型公共关系是以采集社会信息为主的公共关系活动模式。(2 分)其目的是通过信息采集、舆论调查、民意测验等工作,了解社会舆论,为组织的经营管理决策提供咨询,使组织行为尽可能地与国家的总体利益、市场发展趋势以及民情、民意一致。(3 分)
3. 伯奈斯是现代公共关系活动时期的重要代表人物之一。他于 1923 年首次在纽约大学讲台上讲授公共关系学,并发表论著《公众舆论之凝结》,到 1952 年完成教科书《公共关系学》,使公共关系的原理与方法逐步形成为一个较为完整的理论体系,他的思想主要是“救公众所好”。(4 分)由于伯奈斯将公共关系引上了科学的轨道,被世人誉为“公共关系泰斗”。(1 分)
4. 直接调查法:是指公共关系人员与公众面对面地沟通,直接了解情况、掌握信息。(3 分)其具体方法包括个人接触法、深度访问法和公众座谈会三种。(2 分)

(3106 号)公共关系学答案第 1 页(共 2 页)

三、单项选择题:(每题 2 分,共 20 分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. D | 3. D | 4. D | 5. B |
| 6. C | 7. A | 8. C | 9. A | 10. A |

四、判断题:(每题 2 分,共 20 分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. √ | 2. √ | 3. × | 4. × | 5. × |
| 6. √ | 7. × | 8. × | 9. √ | 10. √ |

五、问答题:(10 分)

1. 公共关系预算的基本方法及内容有哪些?

答题要点:公共关系预算的基本方法主要有以下三种:

1. 销售额抽成法。即按企业年度计划销售总额抽取一定的百分比作为年度公共关系预算经费。这种方法只能匡算出年度公关活动经费的总额。(2 分)
2. 项目作业综合法。即先列出公共关系项目计划及每项公关计划所需的费用细目和数额,核定单项公关活动预算;然后将年度内各个公共关系项目汇总,便可得出全年公共关系活动预算经费总额。(3 分)
3. 平均发展速度预测法。即运用历史资料计算出公共关系经费实际开支总的发展速度,并计算出平均发展速度。按照这一平均发展速度确定计划期公共关系活动经费预算数额。(2 分)

4. 公共关系预算的基本内容大体包括八项,即劳务工时报酬;咨询、培训费;行政办公费;

专项资料费;专项器材费;公关广告宣传费;实际活动费和提供赞助费。(3 分)

六、案例分析:(15 分)

答题要点:

1. 环境保护是 21 世纪的主题,而环保公关作为企业公关的一种手段已越来越受到人们的重视。壳牌(中国)公司以“环境保护”为主题,开展全方位企业形象公关,受到社会各界的广泛好评。(5 分)
2. 该活动提高了企业的知名度。“美境行动”得到了众多媒体的关注,有效地吸引了公众的注意,等于为壳牌公司作了广告宣传,可以说“美境行动”影响了几十万甚至更多的人。(5 分)
3. “美境行动”将环境保护与教育结合,以帮助中小小学生从小培养环保意识,并倡导“人人动手搞环保”。从此项活动中我们看到壳牌公司强烈的社会责任感和真诚回报社会的决心,以及所带来长远的社会影响。(5 分)

(3106 号)公共关系学答案第 2 页(共 2 页)