

浙江省 2017 年 4 月高等教育自学考试

旅游公共关系试题

课程代码:06177

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 15 小题,每小题 2 分,共 30 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. “现代公关关系学之父”是指  
A. 巴纳姆  
B. 伯纳斯  
C. 艾维·李  
D. 斯科特·卡特李普
2. 公共关系公司与公共关系部相比,存在的不足之处是  
A. 不够客观公正  
B. 职业水准受限  
C. 易被误解  
D. 运作成本较高
3. 作为公关客体的公众具有的特征不包括  
A. 同质性  
B. 群体性  
C. 多样性  
D. 不变性
4. 信息传播产生良好效果的基本前提是  
A. 情感变化  
B. 行为转变  
C. 引起注意  
D. 态度反映
5. 注重在声音上下工夫,简洁、重复,突出主题,这种广告形式是  
A. 广播广告  
B. 电视广告  
C. 互联网广告  
D. 路牌广告
6. 公共关系实施的特点不包括  
A. 动态性  
B. 创造性  
C. 程序性  
D. 影响的广泛性
7. 某教师上课太投入忘了下课,一学生有意识地看看手表,以体态表达“该下课了”。这是公关语言技法上的  
A. 委婉法  
B. 幽默法  
C. 暗示法  
D. 模糊法

8. 下列符合接受名片礼节的是
- 接过名片后直接装入口袋
  - 接过名片后可以顺手放在桌上
  - 可以把手机压在名片上以防止掉落在地
  - 接过名片后将对方的姓名、职务轻声读出来是尊重对方的表现
9. 比尔·盖茨说“微软离破产永远只有 18 个月”，这体现了组织的
- 诚信意识
  - 创新意识
  - 危机意识
  - 公众意识
10. 在组织形象地位四象限图上,表明组织的公共关系状态不佳,其公共关系工作要从零开始的是
- I 象限区
  - II 象限区
  - III 象限区
  - IV 象限区
11. 下列属于非正式社会组织的是
- 政府
  - 学校
  - 企业
  - 俱乐部
12. 公共关系的根本目的是
- 监测环境
  - 管理信息
  - 塑造形象
  - 协调利益
13. “一见钟情”是公众知觉的一种
- 首因效应
  - 定势效应
  - 晕轮效应
  - 刻板效应
14. 传播速度慢、时效性低且缺乏形象性的传播媒介是
- 印刷媒介
  - 语言媒介
  - 电子媒介
  - 新媒介
15. 下列关于着装的 TPO 原则说法错误的是
- 是国际通行的着装打扮的最基本原则
  - T 是 Time 的单词首字母缩写
  - P 是 Place 的单词首字母缩写
  - O 是 Opportunity 的单词首字母缩写

## 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。

### 二、填空题(本大题共 8 小题,每空 1 分,共 16 分)

- 以公众与组织之间关系的稳定程度为标准,公众可分为稳定性公众、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。
- 访问调查可分为三种具体形式,即访谈、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_。
- 公共关系交际的方式可以依交际对象的特征分为\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_两类。
- 公共关系部的设置原则有精干原则、管理幅度适当原则、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。
- 流行的特点是迅速性、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。

21. 倾听是建立与协调\_\_\_\_\_的重要途径,也是获取和反馈\_\_\_\_\_的主要手段。
22. 组织理念识别主要包括经营宗旨、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_等方面。
23. 人们对客观事实的知觉常会出现程度不同的变形或歪曲的现象,造成的原因一是知觉的\_\_\_\_\_,二是知觉的\_\_\_\_\_。

### 三、名词解释题(本大题共 6 小题,每小题 3 分,共 18 分)

24. 全员公关
25. 社会组织
26. 逆意公众
27. 组织形象
28. 跨文化沟通
29. 公共关系危机

### 四、简答题(本大题共 3 小题,每小题 8 分,共 24 分)

30. 简述公共关系社团的特点。
31. 简述公共关系的产生与发展所需要的社会条件。
32. 实施有效传播的条件是什么?

### 五、案例分析题(本大题 12 分)

33. 请结合以下案例说说公共关系策划的步骤及内容。

杭州凯帝丝绸股份公司 2003 年成立,是由国家、企业职工和外商共同持股的综合型丝绸出口集团。如今凯帝丝绸已成为国际市场的名牌,深受海外客户的欢迎,这要从一次公关活动说起。当时该公司作为商业大潮中的新生儿,要扩大其社会知名度,生产的丝绸报纸就需用独具创意的公关宣传和媒介来报导,以之渗透消费者心理,塑造企业整体形象。同时,中国革命历史博物馆得知世界首版丝绸报纸即将诞生,也请求收藏及展出。

杭州国际公关公司为凯帝策划:以丝绸为材料印制浙江省内独家旅游服务报《江南游报》,并向中国丝绸博物馆、中国革命历史博物馆赠送。世界首版丝绸报纸——《江南游报》丝绸版共印刷了 100 份。2003 年 6 月 15 日,杭州国际公关公司在北京为凯帝举行了向中国革命历史博物馆赠送丝绸报纸仪式。行家评价丝绸报阅读和观赏效果极佳,反映当代先进的真丝印花科技水平。丝绸报被国内 20 余家报纸、电视台集中报道达 30 余次,海内外受众人数达 2500 万人次。这次宣传活动,既宣扬了中国高超的印丝术,也树立了凯帝的形象,从此开创了丝绸报纸的先河。