

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证 | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务 | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务 |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐	实验班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	护理学导论	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

绝密 ★ 考试结束前

浙江省 2014 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：

- 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。
- 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 10 小题，每小题 2 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. 由于_____在公关理论和实践方面的卓越建树，他被认为是“现代公共关系学之父”。

A. 伯纳斯

B. 巴纳姆

- C.艾维·李
D.森特
- 2.公共关系社会团体是除公共关系部和公共关系公司之外的第三种公共关系机构，以下不属于公共关系社会团体特点的是
- A.组成人员的广泛性
B.组织的松散性
C.营利性
D.工作内容的服务性
- 3.公众知觉会对公众行为产生影响，其中，公众从对象的局部特征推及对象的整体，从而产生美化或丑化对象的心理现象，即为
- A.思维效应
B.晕轮效应
C.首因效应
D.刻板效应
- 4.人们写信、起草公文必须使用纸张，这就构成了公共关系传播中的哪个基本要素
- A.信息载体
B.传播者
C.接受者
D.信息符号
- 5.美国麦当劳快餐公司在世界各地的快餐店都有一个统一的招牌，这个牌子上只有一个字母 M——McDonald 的第一个字母，字体是统一的，造型颜色也是统一的，均为黄色。这是组织形象哪个构成要素的具体体现
- A.服务形象
B.文化形象
C.产品形象
D.标识形象
- 6.要在声音上下工夫，还要简洁、重复，突出主题，是以下何种广告形式
- A.电视广告
B.广播广告
C.互联网广告
D.路牌广告
- 7.模糊法是公关语言的主要技法之一，以下何种表达属于对模糊法的应用
- A.林语堂先生在一次演讲中说：“女士们、先生们——我觉得，绅士们的演讲应该像女人们的裙子，越短越好……”
B.一外国记者问中国的公路为什么叫“马路”？周总理说：因为中国走的是马克思主义的路。
C.球王贝利在创作进球满一千的记录时，记者问他：“您哪个球踢得最好？”贝利笑了笑，意味深长地说：“下一个。”
D.在外交场合邀请它国领导人访问时，常说：“请您在您合适的时候访问我国。”
- 8.全身着装颜色搭配最好不超过_____种颜色，而且以_____种颜色为主色调，颜色太多则显得乱而无序，不协调。
- A.3、2
B.3、1
C.4、1
D.4、2
- 9.交换名片时，无论是提送名片还是接受名片的一方都应遵循一定的礼节，以下符合接受名片礼节的是
- A.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
B.接过名片后直接装入口袋
C.接过名片后可以顺手放在桌上
D.可以把手机压在名片上以防止掉落在地
- 10.以下不属于公关专题活动之“庆典”范畴的是

- A.杭州西湖博览会
B.哈尔滨的“冰雪节”
C.伦敦奥运会开幕式
D.某校百年校庆

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。

11. 人际传播是个体与个体之间的信息传播活动, 以下属于人际传播之特点的是

- A.传播方式的随意性
B.传播符号的多样性
C.信息反馈的灵敏性
D.信息沟通的情感性
E.传播面窄、容易失真

12. 公共关系实施有以下哪些特点

- A.程序性
B.创造性
C.动态性
D.影响的广泛性
E.多样性

13. 非语言沟通是指用语言以外的非语言符号系统进行的信息交流, 具体为以下哪几方面

- A.表情
B.体态
C.行为
D.书信
E.网聊

14. 在社交场合, 介绍两个人相互认识的时候, 应当遵循相关的介绍礼节, 以下描述正确的是

- A.受到尊重的一方有优先了解权
B.先将客人介绍给主人
C.先将先到者介绍给后到者
D.先将职位低的人介绍给职位高的人
E.先提到某人的名字是对此人的一种敬意

15. 新闻发布会的筹备主要有以下哪几方面工作要做

- A.确定会议主题
B.选择合适的主持人和发言人
C.准备发言稿和新闻通稿
D.选择和邀请记者
E.制订费用预算

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、填空题(本大题共 5 小题, 每空 1 分, 共 10 分)

16. 社会组织是指按照一定的目的、任务和形式建立起来的有比较稳定的_____和一整套管理体系、机构的社会群体或社会集团。它是公共关系的_____。

17.公共关系策划在实施过程中会受到各种因素的影响,具体包括实施_____的因素、实施信息的因素、实施环境的因素以及实施_____的因素。

18.倾听是一门艺术,它是建立与协调_____的重要途径,也是获取和反馈_____的主要手段。

19.着装的 TPO 原则是国际通行的着装打扮的最基本原则。TPO 是英文_____、_____、object 三个词首字母的缩写。

20. 赞助通常分为_____赞助和_____赞助。它是一种有效的公共关系手段。

四、名词解释(本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

21.非营利性组织

22.顺意公众

23.VI

24.创意广告

25.危机处理三“T”原则

五、简答题(本大题共 2 小题,每小题 8 分,共 16 分)

26.请简述公共关系的基本职责。

27.请简述公共关系策划的基本原则。

六、案例分析题(本大题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

28.请结合以下两个案例谈谈什么是全员公关以及如何做好全员公关?

【案例一】北京长城饭店在成立伊始,虽然聘请了美国达拉斯凯饭店富有经验的公共关系经理露西·布朗女士担任了该店公共关系部经理,但大多数人尚不知公共关系为何物。一次,有位服务员在打扫房间时,发现客人的床头摊放着一本书,她没有挪动书的位置,也没有信手把书合上,而是细心地在书摊开的地方夹进了一张小纸条,以起书签的作用。事后,客人对服务员的细致倍加赞赏,并将此事告诉了几天后来的几十名同事,告诉了她所认识的其他朋友。富有公共关系意识的布朗女士立即觉察到这件小事所包含的“顾客至上”、“想顾客所想”的高质量服务的意识。她便专门召来饭店各方面的服务员,强调的只有一句话:把小纸条夹入客人看了一半的书中,就是最好的公共关系工作,并因此在饭店里掀起了一个所有工作人员皆从一举一动做起,从细微处做起的热潮。还因此引起了新闻媒介的注意与报道。毫无疑问,布朗女士在这件小事上造出了一个内外部皆有利于长城饭店的大舆论之势。

【案例二】花旗银行是世界上最大的银行之一,每天的营业额高达数亿美元,业务十分繁忙。一天,一位陌生的顾客走进豪华的美国花旗银行营业大厅,仅要求换一张崭新的 100 美元钞票,准备当天下午作为礼品用。银行职员微笑着听完他的要求之后,立即先在一叠叠钞票中寻找,又拨了两次电话,15 分钟后终于找到了一张这样的钞票,并把它放进一个小盒子里递给了这位陌生顾客,同时附上一张名片,上面写着“谢谢您想到了我们银行”。事隔不久,这位偶然光顾的陌生顾客又回来了,在这家银行开设了帐户,在以后的几个月中,这位顾客所在的那家律师事务所花旗银行存款 25 万美元。

29.请结合以下案例谈谈什么是新媒介以及公共关系危机的特点。

2006 年 5 月 22 日,发生了一起“和讯博客”上的“海尔博客门”事件:一名顾客购买的海尔冰箱出现质量问题,由于种种原因海尔三天后才予以调换,该顾客气愤之下在其“和讯博客”上撰文宣泄对海尔售后服务的不满。海尔售后

部门在见到该博文后，迅速采取紧急措施，立即派遣服务人员以两个大西瓜作为礼物登门道歉，与这位客户认真地沟通了他们晚到的原因，以及为什么三天后才把冰箱送到的客观原因。

在海尔做出迅速反馈之后，那位发表博客的用户在事后的反馈里是这样写的：“我很感动……因为我的一篇帖子，海尔派人上门沟通，让我有点自我感觉良好，感到作为用户受到重视。”从博客的回帖中看出，博客们对此事的看法有了很大的转变，从开始对海尔的负面质疑转变到客观中肯甚至是理解包容的态度。很多博客留言表示海尔售后服务的周到是闻名于耳的，呼吁人们支持民族品牌，对民族品牌应该多一些理解和包容心。这场沸沸扬扬的“海尔博客门”事件因为海尔的及时反应，得到了圆满的结局，并没有给海尔的企业声誉带来太大的影响。