

浙江省 2018 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 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. 公关工作包括三个层次的工作,人们目前所说的“公关小姐”属于_____中执行一般性工作的人员,因此,应避免“公关=公关小姐”的误区。

- A. 交际层 B. 接待层 C. 决策层 D. 实务层

2. 自来水公司应属于

- A. 政治组织 B. 群众组织 C. 公益性组织 D. 服务性组织

3. “以木为林”主要是_____的影响。

- A. 首因效应 B. 晕轮效应 C. 刻板效应 D. 第一印象

4. _____是产品形象的代名词,是产品的称呼和识别符号。

- A. 质量 B. 名称 C. 商标 D. 外观

5. CI 中最具传播力、感染力和覆盖面最大的要素的是

- A. CI B. MI C. BI D. VI

6. _____是从调查对象总体中抽取一部分作为样本,通过对这一部分样本的调查研究,借助统计推论的方法,检验样本调查的结论能否推及总体,并根据样本调查结论推断总体的一种调查方法。

- A. 抽样调查 B. 问卷调查 C. 访问调查 D. 普遍调查

7. 以下处于“臭名昭著”的恶劣状态的www.zhibin.org组织形象地位是

- A. 高知名度/高美誉度
- B. 高美誉度/低知名度
- C. 低知名度/低美誉度
- D. 低美誉度/高知名度

8. 公路拐弯处的一块标语牌写着“这里已经有 6 人死在撞车中!”这是在语言中运用了哪种公关语言艺术?

- A. 委婉法
- B. 幽默法
- C. 暗示法
- D. 模糊法

9. 以下关于握手礼表述正确的是

- A. 年长者与年轻者握手,应由年长者先伸手
- B. 初次见面握手的时间应以五秒为宜
- C. 握手的力度越重越能表达诚意
- D. 客人来拜访时,无论迎客还是送客,都应主人先伸手

10. 以下不属于纪念活动类型的有

- A. 节庆
- B. 特别的“日”、“周”、“月”、“年”活动
- C. 庆典
- D. 周年纪念活动

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. 以下各项事件中,属于“说真话时期”的有

- A. “扒粪运动”
- B. “投公众所好”思想的提出
- C. 《有效的公共关系》的发表
- D. 现代公共关系职业的发端
- E. “公众必须被告知”思想的提出

12. 公共关系公司的工作原则有

- A. 维护客户的利益
- B. 不得透露客户秘密
- C. 尽量掌握客户内务
- D. 不得隐瞒自己的真实客户
- E. 不得在没有限制的条件下为相互竞争的两个客户同时服务

13. 公共关系广告宣传的基本原则有 www.zjzika.org
- A. 服务性 B. 夸张性 C. 实事求是
D. 明确主题 E. 生动性
14. 在谈判过程中,倾听主要的技巧有
- A. 要全神贯注,做到“心到”
B. 要用脑分析对方说话的真意,做到“脑到”
C. 要避免插话,做到“意到”
D. 要适时做笔记,做到“手到”
E. 要殷勤服务,做到“行动到”
15. 以下属于公关危机处理原则有
- A. 谨慎性原则 B. 公众至上原则 C. 维护声誉原则
D. 利益至上原则 E. 服务性原则

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. 公共关系的基本原则分别是诚实守信、____、形象至上、言行一致和____。
17. 大众传播具有报道的功能、社会协调功能、____和____。
18. 企业广告是以介绍企业各方面情况、树立良好的企业形象为主要目的的公共关系广告,其主要宣传内容为:一是____;二是____。
19. 公共关系调查的内容包括:组织基本情况调查、____、____、公关活动环境调查等。
20. 公关礼仪除了具有一般礼仪的特征外,还有____和____两个特征。

四、名词解释题(本大题共5小题,每小题4分,共20分)

21. 公共关系社会团体
22. 公共关系传播
23. 公共关系策划的实施
24. 公共关系评估
25. 三“T”原则

五、问答题(本大题共2小题,每小题8分,共16分)

26. 在组织的不同发展时期,公共关系应如何发挥其传播沟通、树立形象的职责?

27. 为什么在开展公关活动时要重视公众的群体性?

六、案例分析题(本大题共2小题,每小题12分,共24分)

28. 德国音乐狂欢节预计10万人参加,实际到场140万

2010年7月24日下午,在德国西部鲁尔区杜伊斯堡市,上百万人尽情歌舞的电子音乐狂欢节,收尾时发生惨剧:几千人同时涌进通向音乐节的一条长约150米的地下通道,拥挤、恐慌、惨叫……18人惨死于踩踏事件。

当天14时,这场名为“爱的大游行”的电子音乐狂欢节在一个旧货运火车站附近的空旷地带举行。约140万人聚集在这里尽情歌舞。17时左右,想离场的几千人 and 想入场的几千人同时涌入地下通道。德国警方说,在极度拥挤中,一些人爬上隧道口处的紧急扶梯,想逃离拥挤的人群。扶梯又高又窄,有人不慎跌落,砸在下面的人群中,引发群体性恐慌。德国警方当晚宣布,踩踏事件造成至少18人死亡,另有约80人受伤。

惨剧震动德国。总统武尔夫对踩踏事件深表震惊。他说:“在一个和平的节日,发生这样一起给来自许多国家快乐的年轻人造成死亡、悲伤和痛苦的灾难,实在太可怕了。”总理默克尔也通过发言人对事件表示“吃惊和悲伤”。

市长苏尔兰德称,警方提前准备了安全规划。但目击者指出,警方和主办方似乎根本没预料到会有如此多的参与者,而音乐节的会场本身——一个旧的火车站广场,场地太小。据德国媒体报道,来参加音乐节的约有140万人,而主办方仅预计会有10万人参加。而通往音乐节会场的仅有一个入口。

踩踏事件后主办方救援不力也遭到诟病。“主办方没有疏散场地,而是继续让人们狂欢,这导致许多人根本不了解发生了什么,而救援人员在人潮涌动的情况下也无法接近伤者和死者,这让伤亡进一步增加,”一位目击者表示。

结合案例,谈谈组织应如何预防和处理公关策划在实施过程中发生的突发事件?

29. 美国新泽西州的约翰逊兄弟公司是一家管理严谨的百年药业公司,突然有一天,该公司的拳头产品——超强泰伦诺尔被人用作杀人武器,毒死了3个人,随后几天,又有3名无辜者因误服了装有剧毒氰化物的泰伦诺尔胶囊而中毒死亡。顷刻间,该公司的形象一落千丈,名誉扫地。面对新闻媒介的群起围攻和别有用心者的大肆渲染,该公司的管理人员被这场突如其来的事件击懵了。虽然警方很快调查清楚,此事与约翰逊兄弟公司无关,罪犯只是碰巧用超强泰伦诺尔杀人,但6个人因为服用超强泰伦诺尔死亡让公众对之产生心理阴影,敬而远之。

(1) 从该案例中可以引申出哪些公共关系危机的特点?

(2) 请为约翰逊兄弟公司设计一套可行的危机公关方案。