

浙江省 2016 年 10 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. “公共关系”一词起源于
 - A. 美国
 - B. 英国
 - C. 法国
 - D. 德国
2. 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,非语言符号系统不包括
 - A. 表情
 - B. 体态
 - C. 行为
 - D. 书信
3. 公共关系危机的特点不包括
 - A. 普遍性
 - B. 预警性
 - C. 舆论关注性
 - D. 严重危害性
4. “先人一步”、“高人一筹”,这是公共关系策划技巧中的
 - A. “融”
 - B. “奇”
 - C. “变”
 - D. “借”
5. 下列属于营利性组织的是
 - A. 电视台
 - B. 妇联
 - C. 百货公司
 - D. 电力公司
6. 公关的主体是
 - A. 公共关系机构
 - B. 媒体
 - C. 公众
 - D. 社会组织
7. “物以类聚,人以群分”是公众知觉的一种
 - A. 首因效应
 - B. 刻板效应
 - C. 定势效应
 - D. 晕轮效应
8. 信息传播效果最高层次的反映是
 - A. 引起注意
 - B. 行为转变
 - C. 态度反映
 - D. 情感变化

9. 社会组织的特征不包括

- A. 稳定性 B. 目的性 C. 适应性 D. 松散性

10. 艾维·李的公共关系思想核心是

- A. 说真话 B. 投公众所好 C. 愚弄公众 D. 双向对称

11. 传播面窄、容易失真的传播方式是

- A. 人际传播 B. 网络传播 C. 群体传播 D. 组织传播

12. 组织形象的软件部分是指

- A. 人员形象 B. 文化形象 C. 环境形象 D. 服务形象

13. 在外交场合邀请他国领导人访问时,常说“请您在您合适的时候访问我国”。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

14. 在社交场合,两个人握手的礼节正确的是

- A. 男士与女士握手,应由男士先伸出手来
B. 上级与下级握手,应由上级先伸出手来
C. 年长者与年轻者握手,应由年轻者先伸出手来
D. 迎接客人时,主人与客人握手,应由客人先伸出手来

15. 雅戈尔集团董事长李如成说过“市场经济是老实人经济”,这体现了组织防范危机的

- A. 诚信意识 B. 创新意识 C. 沟通意识 D. 公众意识

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)

16. 公共关系的基本原则有诚实守信、双向传播、言行一致、____、____。

17. 公共关系调查的常用方法有问卷调查、____、____。

18. 公众主要具有的基本特征是同质性、群体性、多样性、____、____。

19. 公共关系活动帮助组织实现目标,体现在它对公众和环境的积极作用,可以归纳为监测作用、调节作用、____和____。

20. 公共关系社团的类型有综合型、学术型、行业型、____和____五种。

21. 以公众与组织的态度为标准,公众可分为中立公众、____和____。

22. 公共关系广告的基本原则是实事求是、明确主题、____、____。

23. 大众传播的功能包括教育、娱乐、____和____等。

24. 舆论

25. 大众传播

26. 危机意识

27. 公共关系策划

28. 临时性公众

29. 新闻发布会

四、简答题(本大题共 3 小题,每小题 8 分,共 24 分)

30. 公共关系有助于个人哪些能力的提高?

31. 危机处理的三“T”原则其含义是什么?

32. 简述开幕典礼的程序。

五、案例分析题(本大题共 12 分)

33. 请结合以下案例回答:(1)上海施乐这个行为有什么公关价值?(2)组织内的公共关系部在实际操作中具有哪些优势?

1990 年 5 月,中美合资上海施乐复印机有限公司生产了第一万台复印机。这是上海施乐成长中的一个里程碑,也是复印机行业有史以来生产量最高纪录。这具有新闻性的“第一万台复印机”,如果将其作为赠送礼品,将是开发公共关系的好机会。公司公共关系部凭着职业的敏感,瞄准了举世瞩目的热点——上海浦东开发办。