



# 铜陵电大

- 得分  8. 为了防止公众产生厌倦和反感情绪,必须保持信息的( )。
- A. 刺激强度  
B. 重复率  
C. 对比度  
D. 新鲜程度
- 得分  9. 公共关系的英文是( )。
- A. Public Relations  
B. Public Relation  
C. Publication Relations  
D. Publication Relation
- 得分  10. 1952年,卡特里普和森特出版了权威的公共关系学著作是( )。
- A. 《公众舆论的形成》  
B. 《公共关系学》  
C. 《有效的公共关系》  
D. 《原则宣言》
- 得分  11. 对组织持赞赏、支持、合作和信任态度的公众是( )。
- A. 逆意公众  
B. 独立公众  
C. 顺意公众  
D. 内部公众
- 得分  12. 策划“海斯事件”为企业进行宣传的是( )。
- A. 艾维·李  
B. 卡特里普  
C. 伯尼斯  
D. 巴纳姆
- 得分  13. 组织形象处于最佳状态的是( )。
- A. 高美誉度、低知名度  
B. 高知名度、高美誉度  
C. 高知名度、低美誉度  
D. 低美誉度、低知名度
- 得分  14. 印刷精美,表现力强的传播媒介是( )。
- A. 广播  
B. 杂志  
C. 报纸  
D. 电视
- 得分  15. 把重点事实和主要结论放在文章的最前边,然后按事实重要性排列事件的新闻公报结构是( )。
- A. 并列结构  
B. 顺时结构  
C. 简明结构  
D. 倒金字塔结构



# 铜陵电大

- 得分  24. 当社会发生重大问题时,与有关的公众组织、群体或个人面对面地交流,听取公众的意见,回答公众问题,解释政府立场,争取公众的理解与支持属于政府公关中的( )。
- A. 收集意见  
B. 发布新闻  
C. 协商对话  
D. 办事公开

得分	评卷人
<input type="text"/>	<input type="text"/>

### 三、多项选择题(在下列各题的备选答案中,选择二至五个正确的。多选、少选、错选均不得分。每题 1 分,共 10 分)

- 得分  25. 危机事件的特点具有( )。
- A. 突发性  
B. 协调性  
C. 紧迫性  
D. 不可变性  
E. 危害性

- 得分  26. 人们普遍认为公共关系可以是( )。
- A. 公共关系状态  
B. 公共关系活动  
C. 公共关系观念  
D. 公共关系学  
E. 公共关系职业

- 得分  27. 电视作为大众传播媒介的缺点包括( )。
- A. 记录性较差  
B. 公众选择余地小  
C. 接收方式不灵活  
D. 制作周期长  
E. 制作费用高

- 得分  28. 根据公众与组织发生关系的时序特征,可以把公众分类为( )。
- A. 首要公众  
B. 内部公众  
C. 潜在公众  
D. 知晓公众  
E. 行动公众

- 得分  29. 组织公关广告的主要形式包括( )。
- A. 组织广告  
B. 响应广告  
C. 公益广告  
D. 祝贺广告  
E. 产品广告

# 铜陵电大

得分  30. 编制公关预算的具体方法包括( )。

- A. 会议讨论法
- B. 目标作业法
- C. 实报实销法
- D. 销售额提成法
- E. 领导决策法

得分  31. 公关广告与商品广告的差异在于( )。

- A. 直接目的不同
- B. 根本目的不同
- C. 内容不同
- D. 应用范围不同
- E. 新闻界的报道方式不同

得分  32. 现代公共关系产生的社会条件是( )。

- A. 商品经济的高度发达
- B. 现代管理理论的发展
- C. 政治民主制度的出现
- D. 国家领导的高度重视
- E. 大众传播事业的发达

得分  33. 组织开展公关活动时经常采用的公关模式有( )。

- A. 服务型公关
- B. 交际型公关
- C. 宣传型公关
- D. 征询型公关
- E. 社会型公关

得分  34. 写好新闻公报应当注意的原则有( )。

- A. 要有新闻根据
- B. 要突出新、近点
- C. 要有爆炸式新闻
- D. 要简明扼要
- E. 要突出变化点、趣味点

# 铜陵电大

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1分,共10分)

- 得分  ( ) 35. 长期的公关活动适宜选用电子媒介,短期活动适宜选用印刷媒介。
- 得分  ( ) 36. 公共关系传播模式是根据传播过程的反馈模式的原理设计的,但它不包含“五 W”模式的基本要素。
- 得分  ( ) 37. 有了发达的商品经济就会产生发达的公共关系。
- 得分  ( ) 38. 内部公众指组织的员工,但不包括股东。
- 得分  ( ) 39. 晕轮效应是指公众从对象的某种特征推及对象的整体,“以偏概全”,从而产生美化或丑化对象的心理现象。
- 得分  ( ) 40. 经过加强教育、建立危机防范机制,公关危机就可能不发生。
- 得分  ( ) 41. 封闭式问卷的特点是答案比较规范,公众回答方便,结果便于定量分析。
- 得分  ( ) 42. 整合营销是 20 世纪 90 年代以来西方风行的营销理念,它强调以产品为中心。
- 得分  ( ) 43. 与企业相比,事业团体的突出特点就是非营利性,所以完全不具有经济功能。
- 得分  ( ) 44. 1923 年,爱德华·伯尼斯出版了《公众舆论之形成》一书。

得分	评卷人

## 五、简答题(每小题 10 分,共 20 分)

得分  45. 大众传播媒介的选择原则有哪些?

答:

得分  46. 如何才能做到与公众“真诚互惠”?

答:

# 铜陵电大

得分	评卷人

## 六、案例分析(20分)

### 海尔集团的真诚服务

海尔集团是我国家电行业的著名企业,它不仅因其产品质量高而畅销世界,而且还因其所提倡的“海尔国际星级服务”享誉全球。

“满足用户的潜在需求”是“海尔国际星级服务”的宗旨所在。在这一宗旨的指导下,海尔集团于1990年投资800万元建立海尔售后服务中心。为了实现“国际星级服务”,海尔人制定了著名的售后服务“一、二、三、四模式”。

一个结果——服务满意。

二条理念——带走用户的烦恼,留下海尔的真诚。

三个控制——服务投诉率小于10%,服务遗漏率小于10%,服务不满意率小于10%。

四个不漏——一个不漏地记录用户反映的问题,一个不漏地处理用户反映的问题,一个不漏地复查处理结果,一个不漏地将结果反映到设计、生产、经营部门。

为了落实“一、二、三、四服务模式”,海尔公司规定上门维修人员在顾客家中洁净的地板上铺上一条专用布,完工后自带抹布将维修时留下的污渍擦拭干净;如果客户的冰箱需要拉回中心修理,那么顾客马上会得到一台周转冰箱使用。与此同时,海尔对所有服务人员的规定却是如此不近人情:上门维修不许抽烟、喝酒、吃饭、接受礼品,后来干脆规定连用户的水也不准喝。于是有了海尔人自带矿泉水上门维修的情景。

得分

47. 案例思考:“海尔国际星级服务”属于哪种公关工作类型?其公关意义何在?请结合实际谈谈海尔公司开展“国际星级服务”活动的主要内容。(要求写出一篇400字以上的案例分析。)

# 铜陵电大

试卷代号:1112

中央广播电视大学 2008—2009 学年度第一学期“开放本科”期末考试

## 公共关系学(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2009 年 1 月

### 一、名词解释(每小题 5 分,共 20 分)

1. 交际型公关:是以无媒介人际交往为主,目的是通过人与人的直接接触,为组织广结良缘,建立起社会关系网络,创造良好的发展环境。具体内容包括:各种招待会、座谈会、宴会、茶会、慰问、专访、接待、个人信函、电话等等。(5 分)

2. 组织形象:所谓的组织形象是指组织在公众脑海里留下的印象及其他们对组织的评价。这种形象不仅来自外在的有形事物,而且也出自组织行为所反映的内在精神。例如一个企业,他的组织形象就是由产品形象、员工形象、机构形象、管理形象、企业文化形象综合反映出来的。(5 分)

3. 首因效应:即在人的心理中,第一印象具有先入为主的作用,而且这种作用具有持续影响人的认识活动的效应。(5 分)

4. 全员公关:指组织中所有工作人员都参与公共关系活动,简称全员 PR。其意义在于增强全体员工的公关意识,上下齐心,合力搞好公关工作。(5 分)

### 二、单项选择题(每题 1 分,共 20 分)

- |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 5. B  | 6. D  | 7. A  | 8. D  | 9. A  |
| 10. C | 11. C | 12. D | 13. B | 14. B |
| 15. D | 16. A | 17. C | 18. C | 19. A |
| 20. B | 21. B | 22. D | 23. C | 24. C |

### 三、多项选择题(每题 1 分,共 10 分)

- |         |           |          |           |          |
|---------|-----------|----------|-----------|----------|
| 25. ACE | 26. ABCDE | 27. ABCE | 28. CDE   | 29. ABCD |
| 30. BD  | 31. ACDE  | 32. ABCE | 33. ABCDE | 34. ABDE |

# 铜陵电大

## 四、判断题(每题 1 分,共 10 分)

35. ×      36. ×      37. ×      38. ×      39. ✓  
40. ×      41. ✓      42. ×      43. ×      44. ✓

## 五、简答题(每题 10 分,共 20 分)

45. 大众传播媒介的选择原则有哪些?

答题要点:基于对大众传媒优缺点的认识,在进行公关宣传时,公关人员应根据传播的目的、对象、内容,有针对性地选择传播媒介,以便收到最佳的宣传效果。(2分)

一般而言,在选择传播媒介时要注意以下一些原则:

(1)内容。传播的内容对媒介的选择有决定性的意义,形式要服从内容。(2分)

(2)范围。公众分布范围的大小影响传媒的选择。(2分)

(3)持久性。短期的公关活动适宜选用电子媒介,长期活动适宜选用印刷媒介。(1分)

(4)针对性。每一次设计公关计划时,都要明确地选择公众,应针对公众的文化程度、经济状况、生活习惯来选择传播媒介。(1分)

(5)可行性。各种媒体在社会上的影响力是不同的,权威媒体影响大于普通媒体。但要考虑信息在权威媒体上出现的可行性。(1分)

(6)经济性。不同的宣传媒介在费用上也是不同的,各组织的公关人员要考虑经济节省的原则,尽可能少花钱,多办事。(1分)

46. 如何才能做到与公众“真诚互惠”?

答题要点:互利互惠是搞好公共关系工作根本原则之一。(1分)其具体内容可包括两个方面:

(1)真诚地对待公众。这是公共关系工作重要的职业道德,必须严格遵守。尊重公众具体包括诚实无欺,对外开放和对社会负责。(3分)组织对公众要以诚相待,不能靠“耍嘴皮子”、“耍笔杆子”欺骗公众,更不能“做套”愚弄公众。(1分)

(2)给公众以实际的利益。公共关系从某种角度看,也被称为组织的信誉投资,即花钱买名誉。(3分)组织必须给公众实实在在的利益的,这样才能使他们对组织产生信赖感,乐于与组织合作。(2分)

# 铜陵电大

## 六、案例分析(20分)

47. 答题要点:海尔公司开展的“国际星级服务”活动属于服务型公共关系。服务型公关模式以提供各种实惠的服务工作为主,目的是以实际行动获得社会公众的好评,树立组织的良好形象。(2分)

服务型公关模式具体工作包括:售后服务,消费引导,便民服务,义务咨询等等。在当代国内家电市场上,竞争十分激烈,在同类产品的性能、价格相差不多的情况下,哪个企业能提供优质的服务,哪个企业就能赢得更多的顾客。从某种意义上讲,实实在在的优质服务,比一般的广告宣传更能打动顾客,为企业树立良好形象。(3分)

海尔公司的“国际星级服务”,注意做到了以下三点:

第一,创造条件,具备服务设施。海尔集团于1990年投资800万元建立海尔售后服务中心,成为优质服务的可靠保证。(5分)

第二,开动脑筋,确定服务的方向和内容。海尔不仅建立了服务中心,而且从顾客利益着想,制定“一、二、三、四”等一整套服务措施,使服务工作尽可能让顾客满意。(5分)

第三,力所能及,说到做到。海尔不仅制定了详细的服务规范,而且有严格的管理,保证说到做到。工人上门服务,不仅不吸烟、喝酒、收礼品,甚至自带矿泉水上门服务,从而赢得了顾客的好评,以实际行动为企业树立了良好形象,扩大了市场。(5分)