

浙江省 2021 年 4 月高等教育自学考试

旅游公共关系试题

课程代码:06177

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 下列公共关系危机中属于组织行为不当引起的是

- A. 重大偷窃事件
- B. 环境污染
- C. 媒介失实报道
- D. 使用劣质产品

2. 在对待组织内部成员时,将工作重点放在情感的沟通上,强调组织成员对其组织的权利和义务,发现和解决组织内部员工队伍中存在的不满情绪,有效防止员工出现极端事件或投诉。这一过程体现了公共关系的_____作用。

- A. 调节
- B. 应变
- C. 凝聚
- D. 游说

3. 在下列组织类型中,属于营利组织的是

- A. 煤气公司
- B. 银行
- C. 广播电台
- D. 电力公司

4. _____是公众的意见与看法,是指一群人在相互交流或沟通之后,以明确的语言和态度表达出来的对某一事物的意见和看法。

- A. 舆论
- B. 流言
- C. 需要
- D. 认知

5. 下列仪态基本要求叙述正确的是

- A. 男士站立时双脚呈现 V 字形
- B. 大笑展现真性情
- C. 行走时需要双臂大甩手
- D. 正式场合入座时要轻柔 and 缓

三、名词解释题：本大题共 6 小题，每小题 3 分，共 18 分。

- 18. 三 T 原则
- 19. VI
- 20. 公共关系评估
- 21. 流言
- 22. 庆典
- 23. 公共关系礼仪

四、问答题：本大题共 3 小题，每小题 8 分，共 24 分。

- 24. 请阐述国外近现代公共关系发展的四个阶段。
- 25. 请阐述倾听的概念和作用。
- 26. 请阐述大众传播的特点。

五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 12 分，共 24 分。

- 27. 请结合以下案例谈谈什么是公共关系广告？公共关系广告与广告有哪些区别？

2000 年 6 月 7 日美国法官托马斯·杰克逊将微软公司“一拆两半”后，微软一方面立即表示上诉，跟司法部“奉陪到底”；另一方面，迅速进行危机公关，争取社会大众的同情和支持。

公关的“压轴之作”就是做电视广告。微软公司以“迅雷不及掩耳之势”推出了一则新广告。在片中，比尔·盖茨现身说法，大谈微软的未来，对社会的贡献，其词恳切，其情殷殷，加上背景音乐的伴奏，别具一番韵味。

广告中，盖茨以深沉的声音宣布：“我们正在发展下一代的软件……它将理解你的声音，满足你的需要，保护你的隐私，而且，无论您身处何处，它都可以将您连接到互联网。它还能帮助您的小孩学习，能为您的事业提供新的工具，使您在即将到来的数字时代中取得成功。”接着，盖茨颇有感情地谈起微软：“在过去 25 年里，我们所做的一切，就是开发更好的软件，这就是我们的激情，激情将永远存在。”最后，盖茨以一句极具自信和乐观的话语结束——“最好的将到来”。

其实，这是那一段时间来，盖茨第二次为微软公司做广告。上一次是在 2000 年 3 月，当时杰克逊法官裁决微软违反了《反垄断法》。在那则广告里，盖茨回顾了公司创业之初的艰辛。

微软公司表示，除了盖茨做电视广告外，公司还将在报纸上刊登广告，广告是盖茨和微软首席执行官史蒂夫·巴尔默的一封公开信，在信中，这两位微软的掌门人再次重申了上诉的决心。

28. 请结合以下案例阐述社会组织公共关系危机的特点及如何防范危机。

在 2018 年 315 当天,本该负责为客户处理危机的亚洲最大公关公司蓝色光标被诉坑员工,为蓝色光标公司带来了危机。

3 月 15 日凌晨,某就职于蓝标两年多的员工在公众号发文,质疑蓝标大幅度裁员,并用威胁手段逼退员工。

由于事件发生在 315 敏感时期,加上“蓝色光标”的行业知名度,文章在数小时内迅速扩散,上午十点阅读量已破十万。

在此阶段纵观各方态度,大部分网友力挺发文员工,谴责蓝标霸道行为。前蓝标员工中有表示站队当事人,也有不少蓝标前员工和同行态度中立,同时网络上也出现各种博取眼球的谣言。

13:30 左右,蓝标 COO 答复媒体,称事件为个案。但网友很快以自身经历对“个案”说法进行反驳,同时不少网友指责蓝标回应能力让人失望。

当天下午,网上流传出两封蓝标内部邮件,蓝标高层在内部邮件中对事件进行回应,指出发文女员工问题所在。因内部邮件把当事人姓名、部门等信息完全公开,网友认为蓝标侵犯了“隐私权”,进一步质疑蓝标内部管理混乱。

赶在 315 晚会前,事件出现反转,蓝标疑似“公关”成功。当事人删文致歉。晚上 19:10,蓝色光标终于在官方公众号和微博正式对外发布声明,并与员工达成共识,员工删除公众号文章并就不良影响致歉;就在同一天,蓝标公司老板发内部公开信,尽数该员工在职期间的各种不专业、不尽责行为,让其他员工引以为戒,事件得以解决。

但是有网友对于蓝色光标的声明进行指责,也有网友咬文嚼字,继续怼蓝标,同时也能看到蓝标在职员工站出来支持东家。

从事件脉络可以看出,虽然蓝标此次危机事件仅维持一天时间,但它的爆发性和危害性不容小觑。#蓝标逼退员工#话题讨论量 200 万+,蓝标股价跳水跌近 7%!

3 月 22 日,当事员工在公众号连续发布两篇文章,一篇《蓝标事件回顾》,一篇《蓝标的诋毁和无偿开除》,文章中再曝各种实锤,讲出先前妥协的原委,追究蓝标公司抹黑形象的责任。

3 月 23 日,蓝标公司进行了回应,并有一家名为「小 HR 一枚」的公众号,针对性地进行了回应,认为该员工有意将脏水泼给 HR 和公司。

事件还在进一步发酵,对蓝色光标的品牌形象造成的影响仍在继续。