公共行政学形成性考核作业册参考答案

公共行政学作业1

一、名词解释

1、地方政府体制：地方政府是设置于地方各级行政区域内的公共行政管理机关。地方政府体制是地方政府按照一定的法律或标准划分的政府组织形式。

2、非营利组织：非营利组织是指组织的设立和经营不是以营利为目的，且净盈余不得分配，由志愿人员组成，实行自我管理的、独立的、公共或民间性质的组织团体。

3、人事行政：人事行政是指国家的人事机构为实现行政目标和社会目标，通过各种人事管理手段对公共行政人员所进行的制度化和法治化管理。

4、公文管理：公文管理就是对公文的创制、处置和管理，即在公文从形成、运转、办理、传递、存贮到转换为档案或销毁的一个完整周期中，以特定的方法和原则对公文进行创制加工、保管料理，使其完善并获得功效的行为或过程。

二、单项选择题

1．被称为“人事管理之父”和行为科学的先驱者的是( C )。

A．普耳 B．斯密 C．欧文 D．斯图亚特

2．公共行政生态学的代表作《公共行政生态学》于1961年发表，该书的作者是( A )。

A．里格斯 B．古立克 C．德鲁克 D．高斯

3．20世纪30年代，古立克把管理职能概括为( A )。

A．计划、组织、人事、指挥、协调、报告、预算

B．领导、决策、组织、指挥、协调、人事、预算

C．计划、领导、人事、指挥、组织、报告、预算

D．计划、领导、人事、沟通、协调、组织、预算

4．公共行政环境的( D )首先表现在各种公共行政环境之间的差异性上。

A．约束性 B．复杂性 C．不稳定性 D．特殊性

5．政府由“守夜人”变成“社会主宰者”的时期是( C )。

A．前资本主义 B．由资本主义 C．垄断资本主义 D．当代资本主义

6．公共行政学研究的核心问题是( A )。

A．政府职能 B．行政监督 C．行政决策 D．行政体制

7．法国第五共和国宪法所确立的一种中央政府体制是( C )。

A．内阁制 B．总统制 C．半总统制 D．委员会制

8．内阁制，起源于18世纪的( A )国，后来为许多西方国家所采用。

A．英国 B．美国 C．日本 D．加拿大

9．我国最早提出学习行政学的是梁启超，他于1876年在( B )中提出“我国公卿要学习行政学”。

A．《行政学原理》 B．《论译书》 C．《行政学的理论与实际》 D．《行政学》

10．对于一般的省、市、县、乡而言，实行民族自治的自治区、自治州、自治县、自治乡就是( A )的行政区。

A．特殊型 B．发展型 C．传统型 D．现代型

三、多项选择题

1．下列属于文化环境要素的是( BCDE )。

A．法律制度 B．意识形态 C．道德伦理 D．价值观念 E．教育

2．国家公务员的培训主要有( BCDE )等几种形式。

A．综合培训 B．更新知识培训 C．任职培训 D．业务培训 E．初任培训

3．下列国家实行总统制的有( AD )。

A．墨西哥 B．德国 C．新加坡 D．埃及 E．丹麦

4．较有代表性的领导行为理论有( ABCDE )。

A．四分图理论 B．领导作风理论

C．领导系统模式 D．领导方格理论 E．PM型领导模式

5．科学合理的机关日常工作程序应注意的环节有( ABCDE )。

A．计划安排工作 B．组织实施工作

C．协调控制工作 D．检查总结工作 E．奖惩教育工作

四、简答题

1、公共行政环境的特殊性主要表现在哪些方面?

答：（1）公共行政环境的特殊性首先表现在各种公共行政环境之间的差异性上。各种公共行政环境之间有自然地理、政治制度、经济制度、意识形态、文化传统、宗教信仰和风俗习惯的差别。就是在同一种政治制度、经济制度和文化传统的前提下，公共行政环境也有区别。（2）这种特殊性还表现在一个国家的不同地区的公共行政环境的差别。这些差别主要表现在自然地理、经济发展水平、人文素质、宗教信仰、风俗习惯、行政效率高低等方面。

2、简述机能制的优点和缺陷。

答：机能制又称职能制，是指公共组织在横向上按照不同职能目标划分为不同职能部门的组织类型。（1）机能制的优点是：①可以扩大公共组织的管理职能。②专业分工，有利于专业化管理，提高效率。③分权管理，有利于调动专业人员的工作积极性。（2）机能制的缺陷是：①职能分化过多，会造成政府机构过多，因而会造成对社会和经济干涉过多，不利于市场经济的发展的后果。②分工过细，会造成权力交叉，影响行政效率的后果。

作业二:

一、案例分析

从2003年下半年开始，全国各地陆续出台了各种各样的“行政问责暂行办法”、“行政过错追究暂行办法”。2004年4月，中央又批准实施丁《党政领导干部辞职暂行规定》，对“因公辞职”、“自愿辞职”、“引咎辞职”、“责令辞职”作了严格规范。

最近，重庆市政府常务会议通过了《重庆市政府部门行政首长问责暂行办法》，这一《暂行办法》通过18种问责情形和7种追究责任，对行政首长追究其不履行法定职责的责任，小到诫勉、批评。大至停职反省、劝其辞职。问责的情形主要包括5种：效能低下，执行不力；责任意识淡薄；违反法定程序，肓目决策；不依法行政或治政不严，监督不力；在商务活动中损害政府形象或造成重大经济损失的。

“官员问责”制给中国4 000多万名各级干部的仕途平添了风险，使为官变成了—种风险职业。这就要求政府官员转变观念，从“当官有权”到“当官有责”。

请你运用行政领导的有关原理分析上述案例，并回答下列问题：

1．重庆市政府通过的《暂行办法》实行官员问责制度的内容，主要体现了行政领导者的哪方面责任?其具体内容是什么?

2．行政领导者的责任主要有哪几个方面?本案例中欠缺的责任是什么?

3．结合行政学原理简谈我国实施“官员问责”制的益处。(回答此问字数不少于300字)

答：1．重庆市政府通过的《暂行办法》实行官员问责制度的内容，主要体现了行政领导者的行政工作责任。行政领导者的行政工作责任是指行政领导者自己的岗位责任即行政领导者担任某一职务所应承担的义务和应尽的责任。行政领导工作责任的具体内容有：（1）负责贯彻执行法律、法规以及权力机关、上级行政机关的决定；（2）主持制定本地区、本部门的工作计划；（3）负责制定行政决策，决定公共行政工作中的重大问题；（4）正确地选拔、使用人才；（5）负责对本部门和下级行政机关的工作实行监督、检查；（6）做好协调工作。

2．行政领导者责任主要有以下几个方面：（1）政治责任。政治责任一般是由直接或间接选举的行政首长对国家宪法和立法机关以及对公众负的责任。（2）法律责任。法律责任是指行政机关和行政工作人员在执行公务时违背或触犯有关法律所形成的责任，根据所造成的后果轻重不同，受到法律的处罚与制裁。这是行政主体与管理对象发生的法律关系。（3）行政责任。行政责任是指行政机关和行政工作人员在处理公务时，违背法律和行政法规的规定所形成的责任。行政责任是一种管理责任。（4）道德责任。行政机关和行政工作人员在行政管理活动中，必须恪守行政道德和社会道德。如果违背了行政道德和社会道德，将受到处分。在案例中，所欠缺的是政治责任和法律责任以及道德责任。政治责任即领导责任，是指行政领导者因违反特定的政治义务或没有做好分内之事而导致的政治上的否定性后果，以及所应受到的谴责和制裁。法律责任是指行政领导者在行政管理活动过程中因违反法律规范所应承担的法律后果或应负的责任。

3．增强官员的责任心；促进干部作风转变；促进政府依法行政；打破干部“能上不能下”的陋习；有利于整肃吏治。

二、在我国，学而优则仕，在美国，学而优则商，请谈谈你对这些观点的看法。(两种观点都谈或任选其中一种观点谈均可，只要言之有理有据，字数不少于500字。)

答：“学而优则仕”，在孔子时代，只是儒家的一个政治口号，它所代表的是儒家内圣外王的政治理想。《论语·子张》有语：“学而优则仕”。在许多国人看来，做公务员就是入仕；去创业则是从商。概言之，如果说西方国家人们的观念是“学而优则商”，我们不少人则仍是“学而优则仕”。其中的区别，值得深思。作一个不尽恰当的区分，如果把优秀分子多集中在政界或社会管理部门的社会称为“政治精英社会”的话，那么，优秀分子大都集中在商界和经济管理领域的社会就可以称为“经济精英社会”了。一般地说，当社会生产力不够发达时，维持一个强有力的政治统治力量以保证社会稳定是最为重要的。而当商品经济社会发展到一定高度以后，经济、政治、文化的日益多元化将使政治主导一切的必要性日益降低。所以“政治精英社会”往往是与传统的农耕社会相适应的，而“经济精英社会”只能是商品经济发达到一定程度后才可能出现的。随着传统社会向现代社会演进，社会稳定的基础自然地要由政治稳定向经济稳定转移，社会管理的主要任务也必然要由政治管理向经济管理演化。我国已经进入了改革发展的关键时期，经济体制深刻改革，社会结构深刻变动，人民生活日益多元，创业机会日益增加。但是为什么还会出现“学而优则仕”的热潮？这既说明中国传统文化价值观的影响之深，更说明了目前我国企业家的创业环境还不容乐观。操作手续烦琐、技术设施不先进、法律金融环境不完备等等都成为创业者的“拦路虎”。另一方面，公务员的“高含金量”有越来越趋高之势。与其他行业相比，公务员在获取公共信息资源、话语权、工资外的福利待遇等方面的机会更大，而他们需要承担的风险却是相对较低。于是，竞考公务员被许多人认为是“最优选择”，“考公务员热”涌动也就不足为奇了。一国竞争力高下的区别，从社会人力资源的配置来讲，往往就在于社会中最优秀的人做的事不一样。竞争力相对强的，是因为它有一个好的制度环境，使得社会中最优秀的人去创业；而竞争力相对弱的，往往是最优秀的人都挤着往做官的路上奔，社会缺乏创业精神。怎么让人们的观念从“学而优则仕”更多地转向“学而优则商”？如何促进这个转变？这是一个值得我们深思的问题。

作业三:

一、名词解释

1、行政监察管辖：行政监察管辖，是指对某个监督对象确定由哪一级或者哪一个行政监察机关实施监督和哪一级或者哪一个行政监察机关对哪些特定监督事项有权进行管辖的法律制度。

2、招标性采购：是指通过招标的方式，邀请所有的或一定范围的潜在的供应商参加投标，采购主体通过某种事先确定并公布的标准从所有投标商中评选出中标供应商，并与之签订合同的一种采购方式。

3、标杆管理：是指一个组织瞄准一个比其绩效更高的组织进行比较，以便取得更好的绩效。

4、行政诉讼：所谓行政诉讼，就是公民或法人对行政机关或行政工作人员就违法行政行为向司法机关提起诉讼。俗称“民告官”。

二、单项选择题

1．整个行政执行过程中最具实质意义的、最为关键的阶段是( C )。

A．协调阶段 B．总结阶段 C．实施阶段 D．准备阶段

2．对具有公务员身份的中国共产党党员的案件，需要给予处分的，由( D )给予处分。

A．检察机关 B．行政监察机关

C．党的纪律检查机关 D．党的纪律检查机关和行政监察机关

3．国家预算中占主导地位的是( A )。

A．中央预算 B．县级预算 C．省级预算 D．市级预算

4．根据《立法法》，行政法规和规章应当在公布后的( B )天内报有关部门备案。

A．15 B．30 C．45 D．60

5．批准是一种约束力较强的( A )监督方式。其内容包括：要求监督对象报送审批材料、审查和批准(含不批准)三个基本步骤。

A．事先 B．事中 C．事后 D．全面

6．从20世纪( C )年代开始，西方发达国家相继开始进行行政改革，然后许多发展中国家因为实行市场化也进行不同程度的行政改革。

A．50 B．60 C．70 D．80

7．为了解决在实施决策的过程中出现的而一时又难以查清原因的问题的决策方案，称为( D )。

A．积极方案 B．追踪方案 C．应变方案 D．临时方案

8．行政决策体制的核心( D )。

A．信息支持系统 B．公民磋商与参与系统 C．专家咨询系统 D．领导决策系统

9．行政评估准备阶段，评估工作的第一步是( D )。

A．明确评估目的 B．选择评估标准 C．培训工作人员 D．确定评估对象

10．平行沟通是一种同级部门或同事之间的信息沟通，亦称( A )。

A．横向沟通 B．纵向沟通 C．无反馈沟通 D．网上沟通

三、多项选择题

1．按照行政计划的主体划分，行政计划的类型可以分为( ABD )。

A．地方计划 B．中央计划 C．国防计划 D．基层计划 E．资源计划

2．按照税收的征收办法或税额的确定方法，可分为( BD )。

A．印花税 B．定率税 C．房产税 D．配赋税 E．耕地占用税

3．行政复议的合法性审查包括( ABCD )。

A．法定依据的审查 B．滥用职权的审查

C．法定程序的审查 D．法定权限的审查 E．权力腐败的审查

4．从决策对象的结构性程度来讲，行政决策可以分为( AB )。

A．程序性决策 B．非程序性决策 C．理性决策 D．科学决策 E．直觉决策

5．工作控制是对具体执行工作的各方面的控制，它包括( ABCDE )。

A．计划控制 B．标准控制 C．程序控制 D．成本控制 E．质量控制

四、简答题

1、行政决策程序应该包括哪些步骤?

答：行政决策程序应该包括如下步骤：（1）认识问题，界定问题，找出差距；（2）确定决策目标。（3）确定决策标准，确定每个标准的权重。（4）拟定决策方案。（5）分析方案。（6）选择方案。（7）实施决策方案，完善决策。（8）评估决策。

2、简述测定行政效率的标准。

答：测定行政效率的标准有：（1）测定行政效率的量的标准。（2）测定行政效率的质的标准。（3）测定行政效率的社会效益标准。（4）测定行政效率的规范性标准。

五、论述题

1、试述行政协调的作用主要体现在哪些方面。

答：行政协调是指调整行政系统内各机构之间、人员之间、行政运行各环节之间的关系，以及行政系统与行政环境之间的关系，以提高行政效能、实现行政目标的行为。行政协调的作用主要有：（1）行政协调可以使各行政部门和行政人员在工作上密切配合，和谐一致，避免内耗和互相冲突，从而达到齐心协力、团结一致的目的。（2）行政协调可以促进各行政部门合理配置和有效利用人力、物力、财力和时间等行政资源，精简和优化办事程序和环节，提高行政效率。（3）行政协调有助于各行政部门和行政人员树立整体观念和全局观念，并从整体和全局立场出发，充分认识本职工作的意义，努力完成本职工作，从而有利于公共行政管理活动的有序进行。（4）行政协调有助于将分散的力量集中起来，使每个部门和个人的努力成为集体的努力，单独的行动成为合作的行动，从而产生整体的“合力”。

2、你认为应从哪些方面理解行政改革?

答：行政改革是指政府为了适应社会环境，或者高效公平地处理社会公共事务，调整内部体制和组织结构，重新进行权力配置，并调整政府与社会之间关系的过程。理解行政改革，应注意：（1）行政改革是个政治过程。行政体制是政治体制的组成部分，政治决定行政。在西方发达国家，行政也必须从属于国家政治的要求，在我国政治与行政更是密不可分。因此，行政改革过程不是纯技术实施的过程，政治的各种因素决定了行政改革的复杂性。（2）行政改革的目的是为了适应社会环境，提高行政效率，高效公平地处理社会公共事务。公共组织与社会环境是输出输入的关系，两者必须保持动态平衡。行政改革以适应社会环境为取向意味着公共组织必须适应社会变迁，它的组织结构、规章制度和运行方式必须随着社会变化而变化，但行政改革不是消极地适应社会环境的变化，而是积极而高效地管理社会公共事务。行政改革要注意行政效率问题，同时又不能忽视社会公平和公众利益的实现程度。（3）行政改革必须改革内部体制和组织机构，重新配置行政权力。行政改革要对行政权力体制、行政领导体制、行政区划体制、组织机构、人事制度等进行改革，它是一个系统工程。因此，行政改革应该进行科学地论证，严密地计划，强有力地组织，有步骤、有重点地开展，而不能盲目进行。（4）行政改革必须正确处理政府与社会之间的关系。政府必须不断地调整与社会的关系，界定自己在社会中的角色，必须对政府的行政权的行使的范围、程度和方式进行调整。从总的发展趋势来看，政府的行政权对社会的干预逐步减少，社会的自主权和自治权越来越多，社会团体和非营利组织以及市场的作用越来越大。但政府必须对社会进行干预，无政府主义是不可取的。

作业四:

政府应不应该控制私家汽车的数量

至2007年6月底，全国机动车保有量超过1．5亿辆，其中北京机动车保有量突破300万辆，北京市市长王岐山也将此事称之为“首都发展繁荣的标志”。清华大学交通研究所所长陆化普教授因此评价：这标志着我国机动车水平最高的城市接近发达国家的汽车发展程度。户均拥有0．7辆车，北京已步人汽车社会。中国人民大学能源研究中心主任查道炯，在北京大学中国经济研究中心发起举办的第四届中国经济展望论坛上说，北京要想可持续发展，除了大力发展公共交通以外，还要限制私人小汽车。如何解决发展汽车工业和城市道路资源、城市管理之间的矛盾，各方观点争执不下。政府应不应该控制私家汽车的数量?这是2007年大专辩论赛众多主题中的一个，请你也参加讨论，发表你的看法。

要求：

一、简单调查一下当地私家汽车拥有情况，范围可以选取你所在地城市、城区或社区等；

二、根据你调查的情况，拟定个人讨论提纲；

三、进行小组讨论，归纳小组讨论意见；

四、形成你的观点，并进行论证。字数不少于500字。

答：宁波私家汽车拥有情况调查：目前城市家庭私人购车的需求量不断增加，并已具备了巨大的购买潜力。面对如此巨大的市场，生产厂家如何根据地区市场的差异性，分析研究并准确的制定其产品开发、市场营销、广告定位、价格竞争策略，对企业的市场开拓及发展起着至关重要的作用。本次城市调查的范围涉及到宁波各区，代表100多万城市家庭，600多万人口的汽车消费市场情况，调查样本抽取的数量为100户。

家庭拥有汽车数量：一、总量：在625万户城市家庭中，拥有汽车总量的置信区间在69.9万—92.6万辆之间，置信度为95%。城市居民私人汽车拥有量占总保有量的6%-8%。二、数量差异：从不同收入水平居民家庭拥有汽车的情况来看，月收入在三千元以上的高收入家庭与月收在一千至三千元之间的中等收入家庭和月收入在一千元以下的低收入家庭在汽车拥有率上差异非常大。高收入家庭拥有率为6%，是低收入家庭拥有率 0.7%的8.6倍，是中等收入家庭拥有率1.2%的5倍。

家庭购买汽车价格：一、总体购买价格：在所调查的家庭中，所购汽车的平均价格为11.9万元／辆。在所调查的家庭中，欲购汽车的平均价格为12.0万元／辆。二、收入水平的价格差异：高收入家庭购车平均价格为17.8万元。中等收入家庭平均价格最低。高收入家庭的预期价格为18.0万元。中等收入家庭的预期价格为7.6万元。

家庭拥有汽车的消费特征：一、色彩特征：本次调查显示，宁波居民家庭购车多为鲜艳的颜色，最多的颜色是红色，占已购汽车的31.3%;其次是白色，再次是蓝色。这三种颜色占已购家庭汽车总数的64.4%，已接近三分之二。黑、绿、灰三色合计只占到城市家庭汽车总数的16%。二、家庭驾车人性别特征：本次调查显示，现阶段宁波家庭的实际驾车人员主要是男士，占到80.4%。女士实际驾车比例为19.6%。但女士驾车的比例有上升趋势。三、排量特征：本次调查显示，目前宁波居民家庭汽车以低排量为主。其中1升以下的占36.5%，1.0—1.5升占20.5%，这两档合计占到家庭汽车拥有量的一半以上，而排量2.5升以上的仅占9.35%。

讨论提纲：购买意向：一、总体情况：轿车品牌知名度最高的前几个品牌是桑塔纳、奥迪、宝来、标致、别克、红旗、夏利、奔驰。其中桑塔纳的总体知名度是所有轿车中最高的，将近85%的消费者不经提示都能说出桑塔纳的名字，40%多的消费者在提到轿车时，会首先想到该车品牌；奥迪和宝来的知名度分列第二和第三位，总体提及率都在60%以上；夏利、奔驰、富康、捷达的知名度均超过了50%。二、价格档次变化：根据调查统计显示，价格在五万元以下的汽车欲购率比已购率低很多，而价格在十万元以上的汽车欲购率远高于已购率，可见在今后几年价格在十至二十万元的汽车将成为家庭购车市场的主流；价格在二十万元以上的汽车，虽然欲购率和喜爱率很高，但已购率低，人群基数小，市场份额明显低于价格在十至二十万元的车型。三、国产车与进口车竞争力状况：国产汽车已购率、欲购率、喜爱率分别为77.9%、68.4%、43.6%，渐次下降，且降幅较大。这说明，长远发展下去城市居民更将倾向于购买进口车。四、购买意向上升产品：调查统计数字显示，上升产品中，进口车上升明显，桑塔纳车最稳定，捷达与富康上升迅速。

《公共关系学》形成性考核册1-4全部答案

公共关系学作业1第1章—第4章  
    一、名词解释(每小题3分，共15分)  
    1．公共关系：所谓公共关系，就是一个组织运用有效的传播手段，使自身适应公众的需要，并使公众也适应组织发展需要的一种思想、政策和管理职能。  
 2．公共关系观念：是人们在公共关系实践中形成的影响人们思想和行为倾向的深层的思想意识，是人们对公共关系活动的一种自觉的认识和理解。   
 3．揭丑运动：19世纪下半叶，美国的商品经济得到高度发展，资本主义从自由竞争走向了垄断。百来个经济巨头控制了美国的经济命脉，他们为了巩固这种垄断地位，对内根本无视员工的利益，对外以损害公众利益作为赚钱的重要手段，奉行所谓“只有我能发财，让公众利益见鬼去吧”的经营哲学，引起了社会公众舆论的强烈不满和抨击，出现了2000多篇揭露实业界、传播界丑闻的文章，形成了近代美国史—上著名的“揭丑运动”。(又称“扒粪运动”)  
    4．爱德华·伯尼斯：使公共关系由一种活动、一种社会现象变为一门科学的杰出人物是爱德华·伯奈斯。他从1923年出版第一部公共关系著作《公众舆论之凝结》，到1952年完成教科书《公共关系学》，使公共关系的原理和方法逐渐形成一个较为完整的理论体系。他强调组织应该在确切了解自己的公众的基础上来进行组织的传播工作；通过“投公众所好”来实现组织的目标。由于伯奈斯将公共关系引上了科学的轨道，被世人誉为“公共关系泰斗”。  
    5．全员公关：全员公关指社会组织中所有工作人员都参与公共关系活动，简称全员PR。其意义在于增强组织全体员工的公关意识，上下齐心，合理搞好公关工作。  
    二、判断正误并更正(每小题2分，共20分)  
    ( √ )1．公共关系是一门综合性的应用科学。  
    ( √ )2．公共关系特指组织与公众之间的传播沟通关系。  
    ( × )3．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。  
    ( × )4．艾维·李创办世界上第一家宣传事务顾问所。  
    ( × )5．有了发达的商品经济就会产生发达的公共关系。  
    ( √ )6．公共关系90％靠自己做得对，10％靠宣传。  
    ( √ )7．在比较发达的商品经济社会，公众的消费主要是由消费心理支配的。  
    ( × )8．公共关系完全是为组织营造生存、发展环境服务的。  
    ( √ )9．公共关系部的优势，往往就是公共关系公司的不足之处，反之亦然。  
    ( × )10．一般认为，公共关系的人才培养，就是培养专才式的公共关系人才。  
    三、单项选择题(每小题2分，共20分)  
    1．公共关系可直接称为( A )。  
    A．公众关系    B．人际关系  
    C．人群关系    D．社区关系  
    2．组织与公众联结的方式是( B )。  
    A．大众传播      B．传播沟通  
    C．人际沟通      D．舆论宣传      
    3．组织开展公共关系活动的基础是( C )。  
    A．公共关系意识    B．公共关系观念  
    C．公共关系状态    D．公共关系策划  
    4．被誉为公共关系之父的是( B )。  
    A．巴纳姆    B．艾维．李  
    C．伯尼斯    D．卡特里普  
    5．1952年，卡特里普和森特出版了权威的公共关系学著作是( C )。  
    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》  
6．组织公共关系活动的出发点应当是( A )。  
A．从事实出发    B．从理想出发  
C．从利益出发    D．从专家意见出发  
7．组织形象的基础是( D )。  
A．员工形象    B．管理形象  
C．机构形象    D．产品形象  
8．民主参与法是用来协调( D )。  
A．外部公众关系    B．顾客公众关系  
C．媒介公众关系    D．内部公众关系  
9．在部门所属型的公共关系部中，把公共关系职能定位于传播功能，主要是因为将公共关系部归属于( B )。  
A．销售部门    B．广告宣传部门  
C．接待部门    D．办公室  
10．与公共关系部比较，公共关系公司的长处之一是( D )。  
A．熟悉组织情况    B．接近客户  
C．工作连续性、持久性    D．职业水准较高  
四、多项选择题(每小题1分，共15分)  
1．人们普遍认为公共关系可以是( ABCDE )。  
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  
2．公共关系观念主要有( ABCDE )。     
A．形象观念    B．互惠观念  
C．协调观念    D．公众观念  
E．传播观念  
3．公共关系的基本要素包括( ABE )。  
A．组织    B．传播  
C．环境    D．资金   
E．公众  
4．公共关系涉及的学科有( ABCDE )。  
A．伦理学    B．管理学  
C．社会学    D．营销学  
E．传播学  
5．公共关系思想在发展过程中，最有代表性思想分别是( BCD )。  
A．巴纳姆    B．艾维．李  
C．伯尼斯    D．卡特里普和森特  
6．从20世纪80年代开始，相继在中国设立分公司或代表机构的美国著名的公共关系公司是( BC )。  
A．派克和李    B．希尔—诺顿  
C．博雅        D．爱德曼  
7．艾维．李的公共关系思想提出的两个原则是( AD )。  
A．公众必须被告知    B．投公众所好  
C．凡宣传都是好事    D．说真话  
8．公共关系产生的社会条件是( ABCD )。  
A．理论条件    B．经济条件  
C．政治条件    D．技术条件  
9．把求真务实的原则贯彻到调查工作中应做到( ABCD )。  
A．真实       B．客观     
C．公正       D．全面  
E．正义  
10．反映企业经营理念的文字形式有( ABC )。  
A．对联    B．训词  
C．口号    D．图案   
E．标志  
11．公共关系部在组织中的决策参谋地位，主要是由以下方面的职能决定的( ACDE )。  
A．资料储存中心    B．领导指挥中心   
C．信息发布中心    D．环境监测中心  
E．公众接待中心  
12．企业的标记有很多，但最重要的两个是( AD )。  
A．厂名      B．包装袋  
C．标准字    D．商标  
E．标准色  
13．公共关系部的主要特点是( BCE )。  
A．领导性    B．专业性  
C．服务性    D．指挥性  
E．协同性  
14．从工作方式来观察，公共关系部的组织类型可以分为( ADE )。  
A．公共关系对象型    B．总经理直接负责型  
C．部门负责型        D．公共关系手段型  
E．公共关系复合型  
15．公共关系人员的品德应该包括以下几个方面的内容：( ABCDE )。  
A．实事求是    B．公正无私  
C．勤奋努力    D．乐于助人  
E．光明磊落  
五、问答题(共20分)  
1．什么是“公众”?其基本特点是什么?(6分)  
答：公众必须是对某一组织具有现实或潜在的利益关系，并且对组织的目标与政策具有相当影响力的个人和团体。简言之，公众与组织之间必须存在着相互影响和相互作用。公众有四个特点，即群体性、同质性、变化性、相关性。  
2．公关思想演变的各个时期的传播特点是什么?(6分)  
答：（1）古代自发的“公共关系”。首先是盲目性。其次是经验性。最后是低层性。由于缺乏先进的传播手段，古代的公关活动主要形式是人际传播，其层次、范围都是很小的。（2）近代公共关系的萌芽。从思想实质上来看，这时期实际上是一个反公众、反公关的时期。传播特点是“凡宣传皆是好事”，不过，当时巴纳姆等人运用报刊等大众传播媒介为组织进行宣传，已经具有了现代公关活动的萌芽。（3）现代公共关系的开端。艾维·李的公关实践，为日后公共关系的发展奠定了基础，他从事公关工作的原则是“公众必须迅速被告知”和“向公众说真话”，使公共关系走上了一条正确的道路。（4）现代公共关系的成熟。传播特点是“投公众所好”。（5）当代公共关系的普及。  
3．联系实际，你认为公关人员应具备哪些方面的能力?(8分)  
答：公共关系人员应具备的能力包括以下几个方面：组织能力、表达能力、宣传推广能力、社交能力、创新能力、应变能力、自我调节的控制能力。  
六、案例分析(10分)     
2000年年底，备受业界关注的“王洪—恒升笔记本案”终于水落石出，二审判决结果显示：王洪依然败诉，但是赔款金额却由一审的50万元降到了9万元。  
“王洪—恒升笔记本案”的起因非常简单。消费者王洪从一家商家购买了一台恒升笔记本电脑。在使用过程中，王洪发现该电脑的屏幕存在问题，于是他要求保修。商家以各种理由拒绝免费保修，这惹恼了王洪。身为IT人士的他在互联网上设立一个个人主页，名为“IT315”。以这个主页为阵地，王洪发表了一些文章，对恒升笔记本电脑表示了不满。其言论被两家业界著名媒体发表，在圈里圈外产生了不小的影响。于是，恒升方面认为自己企业的名誉权受到了侵害，把王洪和两家媒体告上了法庭。  
案例思考：  
1．消费者应通过何种形式维护自己的权利?  
2．该商家真的赢了吗?此案例给你什么启示?(请写出一篇400字左右的案例分析)  
答：1．消费者可以采取以下途径解决：与商场或者生产厂家协商和解、请求消费者协会调解、向有关部门申诉、向人民法院起诉。2．不恰当的维权方式，会把我们推到一个被动的境地。恒升笔记本电脑告赢消费者王洪一案，就是一个典型例证。王洪因维权不当被判9万元赔偿，甚至因“拒不履行判决”而被司法机关拘留了数日。一方是维权反成侵权，自己的损失不但没有得到弥补反而赔偿厂家9万元，另一方则是拿到了9万元，但失去的岂止是这区区9万元所能挽回的？这个案子被外界认为没有赢家。作为消费者的王洪在发生问题时，如果寻求依法解决问题的途径，就不会造成今天的被动局面。当然，不是说在网上发布就不合法，但要就事论事，不能波及其余。特别是不能以影响商家的生意为目的。二是即使在互联网上，说话同样要注意分寸，以免“落人口实”。恒升赢了官司，但输掉了人气。业内人士认为，恒升完全可以采取更聪明更有风度的做法，比如及时找到消费者，本着诚恳的态度，主动按照规定为他解决问题，这种打击消费者的做法并不可取。被国外企业运用得非常成熟的“危机公关”，国内的应该多加学习的企业不止恒升一家。

公共关系学作业2  
第5章—第8章  
一、名词解释(每小题3分，共15分)  
1．交际型公关：交际型公关，以人际交往为主，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。其具体内容包括：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。      
2．进攻型公关：进攻型公关是指社会组织与环境发生某种冲突、磨擦的时候，为了摆脱被动局面，开创新的局面，采取的出奇制胜、以攻为守的策略。  
3．媒介关系：叫做新闻界关系，是指组织与新闻传播机构（包括报社、杂志社、广播电台、电视台及各种网站）以及新闻界人士（包括记者、编辑）等等的关系。这种关系含有双重人格关系：其一，大众传播是社会组织与其他公众信息沟通的“中介”环节；其二，大众传播本身也是社会组织的目标公众。保持与媒体的良好关系为公共关系的重要内容。  
4．新闻发布会：新闻发布会又称记者招待会，是一个组织集中发布新闻、扩大社会影响、搞好媒介关系的一种重要方法。从传播方式的角度看，记者招待会介于人际传播和大众传播之间，属于一种“两极传播方式”。其直接形式是会议，属于人际传播，但参加会议的记者又都是代表某个新闻机构，他们可以把在记者招待会上获得的信息拿到自己的媒介上去发表，使组织的信息转变成了大众传播。  
5．劝说：劝说指公共关系人员运用多种传播方式，努力地影响公众接受组织的观点，或促使公众主动地采取某种行动。  
二、判断正误并更正(每小题2分，共20分)  
( × )1．在公关调查中，随机抽样法是一种准确率高，但又省时、省力、省钱的好方法。  
( × )2．开放式问卷的特点是答案比较规范，公众回答方便，练果便于定量分析。  
( √ )3．服务型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。  
( √ )4．员工关系、股东关系、消费者关系、政府关系是企业公关工作最基本的目标公众。  
( √ )5．员工是组织最重要的内部公众，良好的员工关系，可培养组织成员的认同感和归属感，形成组织的向心力和凝聚力。  
( √ )6．企业可扮演消费者的教育、引导和组织的角色，与消费者一起设计生活、美化生活。  
( √ )7．与人际传播、组织传播相比，大众传播的信息不再具有保密性。  
( √ )8．公关广告和商品广告都属于付费的宣传活动。  
( √ )9．人际传播的情感影响力往往要超过大众传播，主要得力于说话人的表情和目光。  
( × )10．界点是谈判者制定价格政策的出发点，也是全部谈判的价值基础。  
三、单项选择题(每小题2分，共20分)  
1．高美誉度、低知名度属于公共关系哪一种状态：( B )。  
A．最佳    B．较为安全、稳定  
C．不良    D．恶劣  
2．分析组织的自我形象与实际形象之间的现实距离时使用( D )。  
A．组织形象象限图    B．形象要素调查表  
C．语意差异分析法    D．形象要素差距图  
3．( A )是公关工作对象中最敏感、最重要的一部分。  
A．媒介公众    B．社区公众   
C．消费者公众    D．名流公众  
4．组织与公众沟通的重要途径就是运用( D )。  
A．公关广告    B．人际传播  
C．网络    D．大众传播  
5．( B )是所有传播沟通对象中最具社会权威性的对象。  
A．媒介公众    B．政府公众  
C．社区公众    D．名流公众  
6．针对性强的大众传播媒介是( B )。  
A．报纸    B．杂志  
C．广播    D．电视  
7．把重点事实和主要结论放在文章的最前边，然后按事实的重要性排列事件是( A )。  
A．倒金字塔结构    B．并列结构  
C．顺时结构    D．金字塔结构  
8．组织以自身的名义，在社会上率先发起某种活动，提倡某种有进步意义的新思想是( C )。  
A．组织广告    B．响应广告  
C．公益广告    D．祝贺广告  
9．组织成员之间地位平等，相互之间有着广泛的接触，但是没有中心人物的传播网络是( C )。  
A．辐射型网络    B．链式网络  
C．环形网络      D．G型网络  
10．平均幅度的让步又被称为( D )。  
A．正拐式    B．反拐式  
C．钓钩式    D．阶梯式  
四、多项选择题(每小题1分，共15分)  
1．组织形象分析的三个环节是( ABD )。  
A．自我形象分析    B．实际形象分析  
C．历史形象分析    D．形象差距分析  
E．公众评议分析  
2．编制公关预算的具体方法包括( BC )。  
A．会议讨论法    B．目标作业法  
C．销售额抽成    D．实报实销法  
E．领导决策法  
3．传播渠道二分法包括( BD )。  
A．组织传播    B．自我传播  
C．人际传播    D．大众传播  
E．群体传播  
4．评估公关效果的方法有( ABCD )。   
A．内外观察法    B．直接观察法  
C．传播评审法    D．公众行为检测法  
E．领导检查法     
5．员工的物质需求包括( ABD )。  
A．工资、津贴    B．住房、交通     
C．休假日．    D．福利  
6．公众角色心理包括( ABCD )等。  
A．性别角色心理    B．年龄角色心理  
C．职业角色心理    D．文化角色心理  
7．社区关系的特征有( BCD )。  
A．构成整体性    B．地域互邻性  
C．利益相关性    D．与主体相互制约性  
8．社会环境引起的心理变化有以下特征( ABC )。  
A．普遍性    B．时代性  
C．稳定性    D被动性  
9．记录性较差的大众传播媒介是( AE )。  
A．广播的缺点    B．报纸的缺点  
C．杂志的缺点    D．电视的优点  
E．电视的缺点  
10．写好新闻公报应当注意的原则是( ABDE )。  
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．要突出变化点和趣味点   
11．电视作为大众传播媒介的缺点包括( ABCE )。  
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  
12．公关广告与商品广告的差异在于( ACDE )。  
A．直接目的不同    B．根本目的不同  
C．内容不同    D．新闻界的报道方式不同  
E．应用范围不同  
13．从演讲的风格看，常见的开场白有( ACDE )。  
A．轻松幽默型    B．声泪俱下型  
C．悬念吸引型    D．先声夺人型  
E．感情趋近型  
14．演讲的结尾形式包括( ABCDE )。  
A．总结式    B．激情式  
C．深思式    D．幽默式  
E．借用式  
15．人际沟通的禁忌包括( ABCDE )。  
A．凡事包打听      B．讲大话吹嘘自己  
C．一味吹拍对方    D．故弄玄虚  
E．过分暴露自己的“隐私”  
五、问答题(共20分)  
1．在确定公关活动主题时要注意哪些问题?(6分)  
答：在确定主题前，组织首先必须对公关活动的性质有一个基本的认识。一个社会组织花费了许多的资金，组织一次庆典活动，或是为一个与本组织的具体工作并不相关的部门提供大笔的赞助，这究竟是为什么?难道仅仅是组织在那里自娱自乐吗?难道仅仅是组织为了发善心救助社会弱势群体吗?企业当然有这一方面的意思，但是在市场经济环境中，如此多的企业频繁地开展公关活动，其意义就不能仅从社会效益方面去考虑。组织搞一次大型的公关活动，其本质是为了创造一种大型的传播媒介，通过公关活动新颖的形式、巨大的声势、热闹的场面，吸引媒体的报道，并最终达到吸引公众眼球的目的。美国当代著名的公共关系专家艾瑞克·亚威包姆指出：“任何公共关系活动或战术都应由如下四要素构成：新闻价值、商业信息、媒体目标、预期目标。”他提出的这四个方面，可以成为我们确定公关目标时考虑的关键要素。  
2．你认为良好的员工关系对企业有什么重要意义?(6分)  
答：员工是形成组织力量的主体，是组织创一流产品或服务的主力军，是塑造和推销组织形象的积极因素。建立良好的员工关系，可以培养组织成员的认同感和归属感，形成向心力和凝聚力。其意义主要表现在以下两个方面：  
　　①组织需要通过员工的认可和支持来增加内聚力。一个组织如果其形象得不到自己成员的认可，就很难赢得社会的认可；一个组织如果其目标得不到自己成员的配合与支持，就很难赢得社会的支持。因此，组织的内部公共关系工作首先要增强内聚力，使员工组合成一个有机的整体。要争取员工的理解和支持，就要将员工视作传播沟通的首要对象，尊重员工分享信息的优先权，使员工在信息分享中与组织融为一体，形成信任与和谐的内部气氛。  
　　②组织需要通过全员公共关系增强外张力。一个组织的对外影响力有赖于全体成员的努力和配合。因为每个组织成员都是组织与外部公众接触的触角，都处在对外公共关系的第一线，组织的整体形象必须通过他们在各自工作岗位上的良好表现具体体现出来。在对外交往中，每一位组织成员都是非常重要的公共关系行为主体。组织主体性的发挥则有赖于他们对组织的认同感和归属感、向心力和凝聚力。一个组织如果希望员工能够时时处处自觉地维护组织的形象，就应该时时处处尊重自己的成员，将它们作为重要的公共关系对象，努力培养他们对组织的认同感、归属感，不断增强员工对组织的向心力和凝聚力。有公共关系学者这样认为，公共关系活动如得不到员工的信任和了解，便不能获得真正的成功。   
3．举办新闻发布会要做好哪些准备工作?(8分)  
答：组织新闻发布会，是公关部门经常性的业务工作。在筹备记者招待会时，组织要注意以下问题：①邀请记者。记者招待会邀请记者的范围要根据会议的主题而定，如果事件影响仅限于一个地区，只邀请本地各媒体记者就可以了。如果事件涉及全国范围的广大公众，则必须邀请中央及地方各主要媒体的记者。②统一宣传口径。某一新闻发布到何种程度，在记者招待会前一定要在组织内部统一口径，以免因参加会议的人员说法不统一，造成记者报道失实。③选择主要发言人。记者招待会的主要发言人一般应由组织的主要负责人担任，因为他熟悉组织的全面情况，说话有权威性。④准备报道提纲和答案要点。公关部门的负责人在会前要熟悉主要发言，并根据主要发言整理出报道提纲。报道提纲应包括主要发言的基本内容，并附有背景材料，有关资料，图表照片等等。⑤准备好会场。组织在记者招待会召开前一定要认真选择会场，会场外部交通方便，环境干扰少。会场内应气温适宜，座椅舒适，灯光明亮，电源设备充分，便于录音、录像和安装各种通讯设备。⑥会议主持人的准备工作。记者招待会的主持人一般由公关部的负责人担任，主持人应当语言幽默，机智灵活，善于控制会场上的气氛。 ⑦准备辅助工具。在记者招待会前，组织要准备好各种辅助工具，如图表、幻灯、照片、地图、模型、实物、录音、录像等等，以使记者招待会产生最佳的宣传效果。⑧安排好记者活动。在记者招待会的前后，组织可安排记者参观、访问、摄影、摄像，还可以举行宴会、旅游等联谊活动，但要事先准备好交通费、小礼品等。   
六、案例分析(10分)   
继中国跳水皇后伏明霞之后，纽崔莱又一次和中国奥运冠军、体育明星的名字联系在一起——著名跳水运动员田亮日前正式与安利公司签约，成为安利纽崔莱营养保健食品的形象代言人。  
作为全球维生素与矿物质营养保健食品的领导品牌，纽崔莱一直倡导“营养、运动、健康”的理念，积极支持世界体育事业的发展。在中国，纽崔莱以其卓越的品质，连续成为2000年悉尼奥运会和2004年雅典奥运会中国体育代表团惟一专用营养晶，良好的声誉由此得到进一步确立。  
自从与伏明霞合作，成功推出“有健康，才有将来”的品牌形象广告之后，安利希望再选择一位形象健康、广受大众喜爱的代言人，以进一步体现纽崔莱健康、自然的品牌形象。一番考虑之后，  
2000年悉尼奥运会跳水冠军田亮脱颖而出。  
一直以来，田亮以其辉煌的成绩、爽朗率真的笑容而深受大众的喜爱。2001年“全国十佳运动员”评选中，他更是被评为最受欢迎的男运动员。出于爱护自身社会形象的考虑，田亮选择合作伙伴时，要求对方必须是声誉良好、形象健康、有实力的知名企业。经过多次接触，田亮对安利公司的发展历史、品牌形象有了深入了解，对安利的企业文化、纽崔莱的健康理念也有强烈的认同感，所以愉快地接受了安利的邀请，成为安利纽崔莱的形象代言人。  
案例思考：  
1．这是利用什么关系所开展的公关活动?  
2．本案例对你有什么启发?(请写出一篇400字左右的案例分析)  
答：这是利用名流关系所开展的公关活动。名人效应，是公共关系传播常用的一种行之有效的传播方式，它主要是借助某些权威人士、社会名流或影视名人已取得的知名度、美誉度，以及在社会上的巨大影响，来扩大本组织的知名度，美誉度。  
田亮目前正式成为安利纽崔莱营养保健食品的形象代言人，就是运用名人效应的典型案例。邀请社会形象好、公众信任度高的运动员做广告，打破了以影视明星定位产品的策划模式，创意非常新颖，给公众耳目一新的感受。同时安利纽崔莱营养保健食品选择答代言人，不仅是一位形象健康、广受大众喜爱的代言人，他更是以其辉煌的成绩、爽朗率真的笑容而深受大众喜爱，从这个意义上说，“最受欢迎的男运动员”广告，可信度更高，认同感更强。  
作为全球维生素与矿物质营养保健食品的领导品牌，纽崔莱一直倡导“营养、运动、健康”的理念，积极支持世界体育事业的发展。在中国，纽崔莱以其卓越的品质，连续成为2000年悉尼奥运会和2004年雅典奥运会中国体育代表团惟一专用营养品，良好的声誉由此得到进一步确立。纵观安利纽崔莱营养保健食品选择田亮为形象代言人的案例，有以下几点值得借鉴：（1）识别信息是公关策划的关键。公关策划要寻找恰当的机会，“由头”十分重要，很多人苦于找不到机会，抓不住“由头”，甚至机会找上门来，都会失之交臂，擦肩而过。公共关系策划的技巧和水平，首先就在于策划者能不能识别信息，是否知道什么是机遇，什么是“由头”。安利纽崔莱营养保健食品抓住了“由头”，策划了具有轰动效应的“金牌运动员”系列广告，达到了提高组织知名度和信誉度的目的。（2）利用和扩展信息是公关策划的目的。抓住“由头”，抓住名人效应，就是抓住了机会。在人们看烦了千篇一律的各类“影视明星”们做的广告时，让社会形象较好的运动员走上广告说一说实在话，也许能有意想不到的效果。于是，安利纽崔莱营养保健食品“运动员证言”在公众中产生了轰动效应。反之，不懂名人效应，把“名人”当作一般顾客，就会失去借助名人提高组织知名度、信誉度的大好机会。（3）名人关系能够利用他们的专长为企业生产和经营管理提供有益的意见，能够通过他们广泛的社会关系网络为企业广结良缘，能借助他们较高的声望，提高企业的知名度，扩大社会影响。