



绝密 ★ 考试结束前

全国 2017 年 4 月高等教育自学考试

公共关系学试题

课程代码:00182

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 20 小题,每小题 1 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. 公共关系作为一门学科最早产生于
A. 美国
B. 英国
C. 葡萄牙
D. 荷兰
2. 公共关系对公关人员能力的最基本要求是
A. 良好的组织能力
B. 健全的思维和谋划能力
C. 敏锐的观察能力
D. 文字和口头表达能力
3. 对公关人员职业心理最基本的要求是
A. 热情
B. 开放
C. 创新
D. 自信
4. 广交会的来宾属于
A. 临时公众
B. 周期公众
C. 内部公众
D. 首要公众
5. 目标公众中最具有权威性的是
A. 社区公众
B. 顾客公众
C. 媒介公众
D. 政府公众

00182# 公共关系学试题 第 1 页(共 5 页)



6. 国际博览会属于
 - A. 大型综合展览会
 - B. 中型展览会
 - C. 小型展览会
 - D. 袖珍展览会
7. 大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事务的整体反映被称为
 - A. 知觉
 - B. 映射
 - C. 思维
 - D. 反馈
8. 所有流行项目的最显著特征是
 - A. 两极性
 - B. 周期性
 - C. 时效性
 - D. 新奇性
9. 被誉为公共关系之父的是
 - A. 雷克斯·哈罗
 - B. 艾维·李
 - C. 爱德华·伯尼斯
 - D. 詹姆斯·格鲁尼格
10. 兼具功能上和传播上双重意义的语言,如挥手、跺脚等属于
 - A. 物体语言
 - B. 行动语言
 - C. 标记语言
 - D. 模拟语言
11. “人的一切行为,都是为了利益的获取。”这句话出自
 - A. 马克思
 - B. 恩格斯
 - C. 列宁
 - D. 毛泽东
12. 运用最多最广泛的公关活动是
 - A. 宣传型公关
 - B. 交际型公关
 - C. 服务型公关
 - D. 征询型公关
13. 广告策划的基础是
 - A. 市场调查
 - B. 广告定位
 - C. 广告创意
 - D. 广告媒介选择
14. 在营销传播的所有形式中采用同一的颜色、图案及识别符号的方法是
 - A. 同一外观法
 - B. 主题线法
 - C. 供应面策划法
 - D. 特设会议法
15. 在 VIS 中,应用最广泛,出现频率最多的要素是
 - A. 标准字
 - B. 标准色
 - C. 组织造型
 - D. 标志
16. 美国著名社会学家拉扎斯菲尔德提出的理论是
 - A. 5W 理论
 - B. 把关人理论
 - C. 两极传播论
 - D. 3S 论
17. 组织识别系统中最具传播力与感染力的要素是
 - A. 理念识别系统
 - B. 行为识别系统
 - C. 视觉识别系统
 - D. 听觉识别系统



18. 属于最佳组织形象管理状态的组织形象地位是
- A. 高知名度/高美誉度 B. 高知名度/低美誉度
- C. 低知名度/高美誉度 D. 低知名度/低美誉度
19. 组织危机管理的核心阶段是
- A. 事前管理 B. 事中管理
- C. 事后管理 D. 宣传教育
20. 提出“危机经常成为组织的一个转折点”的是
- A. 库姆斯 B. 迈克尔·里杰斯特
- C. 格鲁尼格 D. 斯蒂文·芬克

二、多项选择题(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。

21. 公共关系的观念包括
- A. 形象观念 B. 公众观念
- C. 传播观念 D. 服务观念
- E. 协调观念
22. 公关公司服务的特点包括
- A. 较为客观公正 B. 技术全面,专业性强
- C. 较灵活,适应性强 D. 关系较疏远
- E. 运作成本较低
23. 根据组织的价值取向,可将公众划分为
- A. 受欢迎的公众 B. 不受欢迎的公众
- C. 被追求的公众 D. 顺意公众
- E. 逆意公众
24. 下列各项属于公众共同性的有
- A. 共同的利益 B. 共同的需求
- C. 共同的目的 D. 共同的意向
- E. 共同的兴趣
25. 影响知觉选择性的主观因素包括
- A. 动机 B. 兴趣
- C. 性格 D. 气质
- E. 经验知识
26. 态度的特性包括
- A. 社会性 B. 针对性
- C. 协调性 D. 稳定性
- E. 一元性



27. 影响受传者选择性理解的心理因素包括
- A. 需要
 - B. 态度
 - C. 情绪
 - D. 对比
 - E. 强度
28. 集团头脑风暴的形式包括
- A. 直接头脑风暴法
 - B. 间接头脑风暴法
 - C. 质疑头脑风暴法
 - D. 确信头脑风暴法
 - E. 交互头脑风暴法
29. 新闻发布会的工作环节包括
- A. 确定主题
 - B. 确定邀请对象
 - C. 会前准备
 - D. 主持会议
 - E. 收集反馈信息
30. 构建卓越理论主要依赖的公关模型有
- A. 新闻代理模型
 - B. 公共信息模型
 - C. 双向非对称模型
 - D. 双向对称模型
 - E. 焦点事件模型

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、简答题(本大题共6小题,每小题5分,共30分)

- 31. 简述网络传播的缺点。
- 32. 简述赞助活动的实施步骤。
- 33. 简述弗兰克·杰夫金斯提出的公共关系策划工作法的具体内容。
- 34. 简述产品定位的客观依据。
- 35. 简述公关协会的主要活动内容。
- 36. 简述危机预警机制的内容。



四、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

- 37. 试述口语传播的优点和弱点。
- 38. 试述组织形象调查的过程。

五、案例分析题(10分)

39. 哈尔滨,一个名副其实的“啤酒之城”。啤酒赋予这座城市灵性与豪气,彰显这座城市的魅力与个性。一百多年的城市历史伴随着百年的啤酒文化氛围,打造出城市的节日——中国·哈尔滨国际啤酒节。该啤酒节每年七月份在哈尔滨举行。某啤酒公司连续几年都派出相关人员及产品参加该啤酒节,但并未取得理想的效果。
- 如果你是该公司的公关人员,应该如何做才能在该啤酒节展览会上取得理想的效果?