

历年公共关系学试题[1]

2024年10月

课程代码：00182

一、单项选择题（本大题共30小题，每题1分，共30分）

在每题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择或未选均无分。

1. 现代公关传播的本质特征是组织与公众交流的（ ）
A. 单向性 B. 逆向 C. 双向性 D. 单一性
2. 公共关系的承担者、实施者、行为者是（ ）
A. 组织 B. 公众 C. 个人 D. 传媒
3. 现代公共关系职业化的开始时期是（ ）
A. 巴纳姆时期 B. 哈罗时期 C. 艾维·李时期 D. 爱德华·伯尼斯时期
4. 国际公共关系联合会成立的时间是（ ）
A. 1937年 B. 1948年 C. 1955年 D. 1978年
5. 公关传播最根本的功能是（ ）
A. 提高知名度和美誉度 B. 强化舆论，扩大影响 C. 创造舆论，告知公众 D. 引导舆论，控制形象
6. 应用象征性的标记来宣传组织形象执行的原那么是（ ）
A. 有效性原那么 B. 符号化原那么 C. 总体性原那么 D. 整体性原那么
7. 按经营方式划分的公共关系公司是（ ）
A. 合作型公司 B. 专门业务效劳公司 C. 综合效劳咨询公司 D. 专项业务效劳公司
8. 在公关人员培养中，比较正规而又有效的途径是（ ）
A. 函授教育 B. 大专培训班 C. 大学本科教育 D. 公共关系培训班
9. 公共关系学中的公众特指（ ）
A. 积极受众 B. 被动受众 C. 消极受众 D. 公共受众
10. 公共关系工作对象中最敏感、最重要的局部是（ ）
A. 内部公众 B. 顾客公众 C. 政府公众 D. 媒介公众
11. 认为“教师文质彬彬，商人唯利是图”的心理定势是（ ）
A. 首因效应 B. 近因效应 C. 定型作用 D. 晕轮效应
12. 首次提出需要层次理论的思想家是（ ）
A. 艾维·李 B. 巴纳姆 C. 伯尼斯 D. 马斯洛
13. 在公关传播中运用“名流公关”的作法，主要是想发挥舆论的（ ）
A. 制约作用 B. 监督作用 C. 煽动作用 D. 指导作用
14. 从众行为的主观原因是（ ）
A. 团体压力 B. 不愿被孤立 C. 权威命令 D. 他人劝说
15. 公共关系调查的第一个环节是（ ）
A. 组织实际形象分析 B. 组织形象差距分析 C. 公众辩认与分析 D. 组织自我形象分析
16. 在组织形象地位的测定中，属于最正确公共关系状态的是（ ）
A. 高知名度、高美誉度 B. 低知名度、低美誉度 C. 高美誉度、低知名度 D. 低美誉度、高知名度
17. 公共关系筹划流程 PDCA 工作法中，“A”指（ ）

A. 方案 B. 实施 C. 检查 D. 总结

18. 公共关系活动中, 发言人制度属于 ()

A. 新闻代理模式 B. 公共信息模式 C. 双向不平衡模式 D. 双向平衡模式

19. 在两级传播模式中, 意见领袖又可称之为 ()

A. 把关人 B. 守门人 C. 舆论指导者 D. 媒介

20. 身势语言和情态语言属于 ()

A. 文字传播媒介 B. 网络传播媒介 C. 电子传播媒介 D. 非语文传播符号

21. 公众代表座谈会的最后阶段是 ()

A. 选择与会代表和印发通知 B. 举行公众代表座谈会

C. 整理分析公众代表座谈会情况并撰写情况汇报 D. 确定公众代表座谈会议题

22. 筹划具有新闻价值的事件又可称之为 ()

A. 新闻发布会 B. 制造新闻 C. 撰写新闻资料 D. 撰写新闻稿

23. 发布新闻的原那么是 ()

A. 坚持实事求是 B. 追求新奇 C. 具有轰动效应 D. 强化感染力

24. 公共关系广告与商品广告的主要区别在于 ()

A. 前者推销产品, 后者推销效劳 B. 前者是营利性的, 后者是非营利性的

C. 前者是非营利性的, 后者是营利性的 D. 前者旨在确立组织形象, 后者旨在推销产品

25. 最具公关效果的口语表达形式是 ()

A. 报告 B. 演讲 C. 谈话 D. 会谈

26. 传统的市场营销策略组合一般简称 ()

A. 2P'S B. 4P'S C. 5P'S D. 6P'S

27. 在 VIS 中, 应用最广泛、出现频率最多的要素是 ()

A. 标准字 B. 标志 C. 标准色 D. 企业选型

28. 决定广告筹划成败的关键是 ()

A. 广告创意 B. 广告定位 C. 市场调查 D. 广告媒介安排

29. 我国政府公关工作所奉行的首要原那么是 ()

A. 真实公开原那么 B. 公众利益至上原那么 C. 科学指导原那么 D. 整体统一原那么

30. 我国政府了解和反响民意的主要渠道是 ()

A. 信访 B. 新闻发布会 C. 社会协商对话 D. 公众议政活动

二、多项选择题〔本大题共10小题, 每题2分, 共20分〕

在每题列出的五个备选项中有二个至五个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择、少选或未选均无分。

31. 公共关系的根本职责包括 ()

A. 收集信息 B. 辅助决策 C. 传播推广 D. 协调沟通 E. 提供效劳

32. 组织内设公关机构的根本模式大致有 ()

A. 部门隶属型 B. 部门并列型 C. 高层领导直属型 D. 专门技术型 E. 公关委员会型

33. 公众的根本特征包括 ()

A. 整体性 B. 共同性 C. 相关性 D. 多样性 E. 变化性

34. 影响和改变态度的因素有 ()

A. 社会因素 B. 团体因素 C. 宣传因素 D. 个体因素 E. 态度系统特别因素

35. 组织选用公关传播媒介应坚持的主要原那么有 ()

A. 符合组织行为原那么 B. 符合经济原那么 C. 联系目标原那么 D. 适应对象原那么 E. 区别内容原那么

36. 电视在传播信息中的优势有 ()

A 视听结合传达效果好 B 线性的传播方式 C 纪实性强、有现场感 D 传播迅速、影响面大 E 多种功能、娱乐性强

37. 新闻发布会的功能表达在 ()

A. 塑造组织形象 B. 传播领导意见 C. 信息反响 D. 协调公共关系 E. 引导舆论倾向

38. 作为一种传播媒介,大型展览会的特点表达在 ()

A. 平面性 B. 综合性 C. 多维性 D. 立体式 E. 单向性

39. 以下符合一般介绍礼节的有 ()

A. 把身份低的介绍给身份高的 B. 把身份高的介绍给身份低的

C. 把年纪大的介绍给年纪轻的 D. 把女士介绍给男士

E. 把男士介绍给女士

40. 一项完整的广告筹划所包括的内容有 ()

A. 市场调查 B. 广告定位 C. 广告创意 D. 广告媒介安排 E. 广告效果测定

三、名词解释题(本大题共4小题,每题3分,共12分)

41. 论题处理

42. 逆意公众

43. 知名度

44. 把关人

四、简答题(本大题共4小题,每题5分,共20分)

45. 简述公共关系产生与开展的条件。

46. 专业公关公司的效劳有何特点?

47. 组织实际形象分析包括哪些步骤?

48. 谈判过程分为哪些阶段?

五、论述题(10分)

49. 联系实际说明政府公共关系的特征。

六、案例分析题(8分)

50. 上个世纪90年代初,辽东某城市效外的一家化工厂里,工人们正在等待着接卸液态二氧化硫。运送槽车一到,工人们开始接卸。突然,意外事故发生了,连接槽车的接管发生泄露。事态迅速扩大,泄露发生后仅仅30分钟就有200多人中毒,160多人被送进了医院。事故发生后,群众意见很大,在当地引起了极大震动。此事也引起了上级领导的重视,要求严肃处理此事。

请你运用所学的公共关系学知识,为该市妥善处理该事件提出建议。

全国2024年10月高等教育自学考试

公共关系学试题

课程代码: 00182

一、单项选择题(本大题共30小题,每题1分,共30分)

在每题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择或未选均无分。

1. 公共关系作为一种职业和一门学科,最早产生于()
A. 法国 B. 美国 C. 奥地利 D. 英国
2. 认为“公共关系是一个组织与其相关公众之间的传播管理”的学者是()
A. 蔡尔兹 B. 詹姆斯·格鲁尼格 C. 雷克斯·哈罗 D. 弗兰克·杰夫金斯
3. 19世纪中叶风行美国的报刊宣传活动中最有名的代表人物是()
A. 艾维·李 B. 爱德华·伯尼斯 C. 雷克斯·哈罗 D. 巴纳姆
4. 公共关系的根本职责是()
A. 协调沟通 B. 提供效劳 C. 辅助决策 D. 传播推广
5. 关于公共关系开展新特点错误的说法是()
A. 公关理论整合化 B. 公关实务专业化 C. 公关教育通才化 D. 公关地位战略化
6. 中国公共关系协会成立的时间是()
A. 1955年 B. 1986年 C. 1987年 D. 1988年
7. 通才式公关人才一般可视为()
A. 领导型人才 B. 专门人才 C. 具体人才 D. 组织人才
8. 与组织无关,观点、态度和行为不受组织影响的公众是()
A. 非公众 B. 知晓公众 C. 行动公众 D. 潜在公众
9. 公益学校、医院、社会福利工作机构等属于()
A. 互益性组织 B. 效劳性组织 C. 营利性组织 D. 公益性组织
10. 在知觉偏见的产生原因中,固定的僵化印象对人知觉的影响称为()
A. 首因效应 B. 近因效应 C. 晕轮效应 D. 定型作用
11. 马斯洛的“需要层次论”认为最高层次的需要是()
A. 生理需要 B. 平安需要 C. 社交需要 D. 自我实现需要
12. “追星族”、“发烧友”之类的表现是一种()
A. 舆论 B. 流言 C. 时髦 D. 时狂
13. 一个组织被公众知晓、了解的程度,是该组织的()
A. 信誉度 B. 美誉度 C. 知名度 D. 可信度
14. 组织公关工作程序的第一步骤是()
A. 制定公关方案 B. 找出差距,发现问题 C. 制定公关预算 D. 确立经营方针
15. 公共关系筹划流程PDCA工作中,C指()
A. 方案 B. 检查 C. 总结 D. 实施
16. 我国政府普遍建立起了信访制度,从公关角度看,它属于以下公关活动业务方式中的()
A. 效劳型公关 B. 宣传型公关 C. 社会活动型公关 D. 征询型公关
17. “把关人”这一概念源出于()
A. ?原那么宣言? B. ?修辞学? C. ?社会传播的结构与功能? D. ?群体生活的渠道?
18. 针对我国遥远农村地区文盲率过高的特点,我国政府应该大力开展的媒介事业是()
A. 播送电视 B. 报刊 C. Internet D. 书籍
19. 公关调查必须根据不同情况采用不同的调查方式,这表达了公关调查的()
A. 一致性 B. 程序性 C. 复杂性 D. 复合性
20. 在公共关系活动中,筹划具有新闻价值的事件又称为()
A. 臆造新闻 B. 编造新闻 C. 捏造新闻 D. 制造新闻
21. 筹划新闻常用的方法是()
A. 制造危机事件 B. 邀请记者采访 C. 利用名人声望和影响,创造名人效应 D. 公益广告
22. 用来表示组织与社会各界具有关联性和共同性的公关广告称作()
A. 响应广告 B. 观念广告 C. 公益广告 D. 形象广告
23. “顾客是上帝”是一种宣传组织效劳宗旨的()

A. 商品广告 B. 效劳广告 C. 观念广告 D. 形象广告

24. 具有明显随意性特征的沟通形式是 ()

A. 口头语言交流 B. 报告 C. 谈判 D. 演讲

25. 非正式沟通是一种自由沟通,其根底是现实生活中存在的 ()

A. 小道消息 B. 谣言 C. 人际关系 D. 组织

26. 在VIS中,应用最广泛、出现频率最多的要素是 ()

A. 标志 B. 象征图案 C. 标准字 D. 企业广告

27. 企业识别系统的核心与原动力是 ()

A. 行为识别系统 B. 视觉识别系统 C. 理念识别系统 D. 企业造型

28. 决定广告筹划成败的关键是 ()

A. 广告定位 B. 广告创意 C. 广告效果测定 D. 广告媒介安排

29. 现代政府公共关系的本质是 ()

A. 政府组织对民众的单向传播 B. 政府组织与公众之间的双向沟通

C. 政府组织对人民的单向传播 D. 政府组织与政府组织之间的双向沟通

30. 企业视觉识别系统的英文简称是 ()

A. CIS B. MISC. BIS D. VIS

二、多项选择题(本大题共10小题,每题2分,共20分)

在每题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择、少选或未选均无分。

31. 现代组织经营管理的“四大支柱”是 ()

A. 舆论 B. 人才 C. 公关 D. 资金 E. 技术

32. 公共关系活动过程中的根本要素包括 ()

A. 公众 B. 个体 C. 群体 D. 传播沟通 E. 组织

33. 公共关系产生与开展的社会条件有 ()

A. 人性文化的兴起 B. 军事技术的突飞猛进 C. 民主政治深入开展 D. 市场经济高度兴旺

E. 群众传播技术的日趋普及与提高

34. 专业公关公司效劳的特点有 ()

A. 较为客观公正 B. 技术全面,专业性强 C. 较灵巧,适应性强 D. 关系较疏远 E. 运作本钱较高

35. 公众的根本特征包括 ()

A. 整体性 B. 共同性 C. 相关性 D. 多样性 E. 变化性

36. 霍夫兰认为人的态度改变主要取决于 ()

A. 说服者的条件 B. 信息本身的说服力 C. 问题的排列技巧 D. 被说服者的条件 E. 问题的性质和内容

37. 拉斯韦尔把传播学的研究内容分为 ()

A. 控制分析 B. 内容分析 C. 媒介分析 D. 对象分析 E. 效果分析

38. 属于公共关系广告的有 ()

A. “视顾客为亲属” B. “顾客是上帝” C. “请珍爱大自然” D. “尽情尽畅,永远是××可乐”

E. “××可乐是中国人自己的可乐”

39. CI方案开发的作业程序所包括的阶段有 ()

A. 企业实态调查阶段 B. 背景因素综合分析与研究阶段 C. 设计开发阶段

D. 实施管理阶段 E. 反响整理阶段

40. 政府公共关系的特征有 ()

A. 主体的权威性 B. 客体的复杂性 C. 目标的独特性 D. 传播的优越性 E. 性质上的民主性

三、名词解释题(本大题共4小题,每题3分,共12分)

41. 公共关系

42. 全员 PR 管理

43. 舆论

44. 公关评估

四、简答题（本大题共4小题，每题5分，共20分）

45. 简述公共关系的功能。

46. 组织内设公关部门有何特点？

47. Internet 对组织公关传播有什么意义？

48. 简述民意测验的根本程序。

五、论述题（本大题10分）

49. 试述公关人员的根本素质要求。

六、案例分析题（本大题8分）

50. 某市一老字号商场最近因销售假冒化妆品被当地媒体曝光。尽管商场对私自改变进货渠道的化妆部经理及相关人员进行了严厉处分，并登报向受害者致歉，予以相应经济赔偿，但未能改变销售额锐减的局面。为此，商场决定委托本市一家公关公司来帮助摆脱目前的困境。

请问：

①如何评价这家商场当前的公关状态？

②如果你是公关公司筹划员将如何筹划此次公关活动？

全国2024年10月高等教育自学考试

公共关系学试题

课程代码：00182

一、单项选择题（本大题共30小题，每题1分，共30分）

在每题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择或未选均无分。

1. 公共关系的主体是（ ）

A. 个人 B. 公众 C. 组织 D. 群众

2. 公共关系学中三个最根本的概念是（ ）

A. 组织、公众、传播沟通 B. 关系、舆论、形象

C. 公共关系状态、公共关系活动、公共关系观念 D. 信息、关系、沟通

3. 组织机构与其相关公众之间相互交往和共处的情形与状况指的是（ ）

A. 社会舆论状态 B. 公共关系活动 C. 公共关系观念 D. 社会关系状态

4. 美国报界掀起“便士报”运动的时间是（ ）

A. 20世纪20年代 B. 19世纪80年代 C. 19世纪30年代 D. 19世纪20年代

5. 美国著名营销专家菲利浦·科特勒提出了（ ）

A. 经济营销 B. 政治营销 C. 文化营销 D. 社会营销

6. 组织公关部门对内公关的根本目标是（ ）

A. 协调组织领导间的关系 B. 树立组织形象 C. 协调公关部门与其他部门关系 D. 调发开工积极性，增强凝聚力

7. 在组织中，主要负责收集信息、预测公众动向及社会开展趋势等任务的公关人员是（ ）

A. 调查分析人员 B. 方案分析人员 C. 文秘人员 D. 传播人员

8. 消费者、协作者、竞争者、记者、名流、政府官员、社区居民等属于组织的（ ）

A. 个体公众 B. 组织公众 C. 内部公众 D. 外部公众

9. 在公关中，对组织持中间态度，观点和意向不明朗的公众对象是（ ）

A. 顺意公众 B. 逆意公众 C. 边缘公众 D. 目标公众

10. 具有“准自家人”特点的公众是（ ）

A. 内部公众 B. 组织公众 C. 社区公众 D. 顾客公众

11. 在知觉偏见产生的原因中，最近或最后印象的强烈影响被称为（ ）
A. 首因效应 B. 近因效应 C. 晕轮效应 D. 定型作用
12. 二战期间，建立了“流言诊所”的国家是（ ）
A. 美国 B. 英国 C. 法国 D. 日本
13. 首次说明人们逆反心理形成的主观原因的美国心理学家是（ ）
A. 霍夫兰 B. 纳普 C. 阿什 D. 布林
14. 当某企业发现自己的产品与目标公众的要求严重不符时，它应该重点进行（ ）
A. 正面形象的强化工作 B. 形象的修补 C. 产品形象的转换 D. 环境形象的转换
15. 组织处于公关危机时期适宜采用的公关方式是（ ）
A. 进攻型公关 B. 防御型公关 C. 矫正型公关 D. 维系型公关
16. 组织公关活动的一般过程是（ ）
A. 公关调查——公关实施——公关筹划——公关检测 B. 公关筹划——公关调查——公关实施——公关检测
C. 公关调查——公关筹划——公关实施——公关检测 D. 公关筹划——公关调查——公关检测——公关实施
17. 公关筹划 PDCA 工作法中的“D”指的是（ ）
A. 实施 B. 方案 C. 检查 D. 总结
18. 作为公关调查法的一种，资料分析法主要用于了解（ ）
A. 热点问题 B. 敏感问题 C. 现实问题 D. 历史性问题
19. 新闻发布会是一种（ ）
A. 一级传播方式 B. 两级传播方式 C. 三级传播方式 D. 四级传播方式
20. 德国社会心理学家库尔特·卢因提出的传播学理论是（ ）
A. 议题设置论 B. 把关人理论 C. 5W 模式理论 D. 受众选择“3S”理论
21. 公关调查对象确实定取决于公关调查（ ）
A. 任务 B. 范围 C. 目的 D. 方法
22. 因组织行为不当引起的危机类型是（ ）
A. 劳资矛盾引起罢工 B. 地震引起大楼倒塌 C. 重大盗窃事件发生 D. 有意诬陷引起报导失误
23. 公共关系广告旨在推销（ ）
A. 商品品牌 B. 组织形象 C. 商品效劳 D. 效劳理念
24. 主观随意性最为突出的一种沟通形式是（ ）
A. 演讲 B. 报告 C. 口头语言交流 D. 谈判
25. “比较性广告”所运用的定位策略是（ ）
A. 市场领导者定位策略 B. 市场跟进者定位策略 C. 市场模仿者定位策略 D. 市场挑战者为竞争对手重新定位策略
26. 企业广告运用最广泛的题材是（ ）
A. 效能 B. 快乐 C. 时尚 D. 健康
27. 广告筹划的根底是（ ）
A. 广告定位 B. 广告创意 C. 广告媒介安排 D. 市场调查
28. 在 VIS 中，应用最广泛，使用频率最多的要素是（ ）
A. 标准字 B. 标准色 C. 标志 D. 企业造型
29. 政府公共关系的宗旨是（ ）
A. 与邻国建立友好关系 B. 全心全意为人民效劳 C. 提高政治透明度 D. 树立政府形象
30. 以下各项属于政府公关的内部公众的是（ ）
A. 各种社会组织 B. 群众团体 C. 行政机关内部工作人员 D. 国际公众
- 二、多项选择题〔本大题共10小题，每题2分，共20分〕

在每题列出的五个备选项中有二至五个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择、少选或未选均无分。

31. 公共关系树立组织形象应遵循的原那么有（ ）
A. 有效性原那么 B. 经济利益最大化原那么 C. 总体性原那么 D. 符号化原那么 E. 局部性原那么
32. 一般而言，公关活动根本构成要素有（ ）
A. 公关主体 B. 公关客体 C. 公关理论 D. 公关手段 E. 公关实践
33. 根据公众开展过程的不同阶段，公众可分为（ ）
A. 非公众 B. 潜在公众 C. 首要公众 D. 知晓公众 E. 行动公众
34. 根据表现的热情程度和持续时间的长短，流行可以分为（ ）
A. 流言 B. 舆论 C. 时髦 D. 时狂 E. 盲从
35. 根据受众对象不同，报刊可分为（ ）
A. 综合性报刊 B. 专门性报刊 C. 组织报刊 D. 社会报刊 E. 群众报刊
36. 常见的新闻稿结构有（ ）
A. 金字塔结构 B. 倒金字塔结构 C. 并列结构 D. 顺时结构 E. 逆时结构
37. 公关调查常用的方法有（ ）
A. 民意测验 B. 公众代表座谈会 C. 资料分析 D. 群体讨论 E. 列名小组法
38. 优秀演讲者应具备的条件包括（ ）
A. 足够的权威性 B. 较强的语言能力和技巧 C. 充满热情、理智与智慧 D. 仪表仪态 E. 不苟言笑的性格
39. 整合营销传播方法包括（ ）
A. 同一外观法 B. 主题线法 C. 供应面的筹划方法 D. 特设会议的方法 E. 基于消费者的方法
40. 企业内部公共关系实务的内容包括（ ）
A. 办好企业公共关系内刊 B. 完善合理化建议制度 C. 组织发动企业内部的传播沟通活动 D. 重视非正式沟通
E. 培养企业文化

三、名词解释（本大题共4小题，每题3分，共12分）

41. 公共关系状态
42. 临时公众
43. 舆论对象
44. 政府形象

四、简答题（本大题共4小题，每题5分，共20分）

45. 简述公共关系在组织的行政管理或经营管理过程中的工作范围及其应当承担的责任。
46. 公共关系广告与商品广告有什么区别？
47. 简述 CI 的功能。
48. 简述政府公共关系的特征。

五、论述题（10分）

49. 试述公共关系产生与开展的社会条件。

六、案例分析题（8分）

50. 某公司准备开业十周年庆典。由于经济危机影响，公司当前经营状况不十分理想，总经理希望公关部能拿出一个既经济又能到达预期效果的新闻报导方案。公关部经理召集全体人员开会讨论对策。甲主张用报纸报导，这样传播面广，全面而且深入；乙主张用电视，这样生动直观，感染力强；丙主张用网络报导，这样本钱低又超越时空。大家众说纷纭，议论纷纷，公关部经理也无所适从。如果你是公关部经理，你将怎样确定报导方案，并请说明理由。考试大收集整理

课程代码：00182

一、单项选择题（本大题共30小题，每题1分，共30分）

在每题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择或未选均无分。

1. 被认为是现代公共关系业“前身”的是19世纪中叶在美国风行的（ ）
A. 清垃圾运动 B. 报刊宣传活动 C. 玻璃屋运动 D. 揭丑运动
2. 西方公共关系学界认为最早问世的公共关系学理论书籍是（ ）
A. ?公关宣言? B. ?修辞学? C. ?动机与人格? D. ?正义论?
3. 公共关系之父是（ ）
A. 巴纳姆 B. 伯尼斯 C. 艾维·李 \D. 格鲁尼格
4. 被称为公共关系理论开展史“第一个里程碑”的专著是（ ）
A. ?公众舆论的形成? B. ?公共关系学? C. ?原那么宣言? D. ?有效的公共关系?
5. 公共关系的本质属性是（ ）
A. 个人与个人之间的传播沟通 B. 公众与个人之间的传播沟通
C. 公众与传媒之间的传播沟通 D. 组织与公众之间的传播沟通
6. 公关传播最根本的功能是（ ）
A. 强化舆论，扩大影响 B. 影响舆论，创造形象 C. 创造舆论，告知公众 D. 引导舆论，控制形象
7. 某人在组织公关部中主要负责评估组织的形象和公关工作的效果，以寻找出现问题的原因，他属于（ ）
A. 公关调查分析人员 B. 公关技术人员 C. 公关方案人员 D. 公关传播人员
8. 商战、心战属于舆论形态中的（ ）
A. 社会事件 B. 社会问题 C. 社会运动 D. 社会冲突
9. 公共关系对象的总称是（ ）A. 群众 B. 受众 C. 公众 D. 民众
10. 在部门隶属模式中，容易将公关限于迎来送往、交际应酬，过分偏重于人际关系功能，这主要表达在把公关机构归属于（ ）
A. 办公室 B. 联络接待部门 C. 广告宣传部门 D. 销售部门
11. 以下组织属于ヒ螺宰橹 氛? ）
A. 工商企业 B. 社会福利工作机构 C. 职业团体 D. 政府部门
12. “名人广告”、“名流公关”利用了知觉偏见中的（ ）
A. 近因效应 B. 晕轮效应 C. 定型作用 D. 首因效应
13. 在一定条件下，多种需要中会有一种最为迫切、起主要支配作用的需要，即（ ）
A. 自尊需要 B. 胜任需要 C. 成就需要 D. 优势需要
14. 某组织通过公关调查确认自身利益与目标公众要求之间存在着一定程度差异时，它应该重点（ ）
A. 强化正面形象 B. 进行形象修补 C. 弱化正面形象 D. 进行形象转换
15. 包装、品牌商标属于（ ）
A. 组织的产品形象 B. 组织的管理形象 C. 组织的人员形象 D. 组织的环境形象
16. 处于较为稳定、平安的公共关系状态的组织形象地位是（ ）
A. 高知名度 / 高美誉度 B. 高美誉度 / 低知名度 C. 低知名度 / 低美誉度 D. 低美誉度 / 高知名度
17. 公关筹划中的PDCA工作法中，P指的是（ ）
A. 方案 B. 实施 C. 检查 D. 总结
18. 赞助文化、教育、体育、卫生事业属于（ ）
A. 交际型公关 B. 效劳型公关 C. 社会活动型公关 D. 征询型公关
19. 在组织的开创阶段适宜采用的公关方式是（ ）
A. 进攻型公关 B. 防御型公关 C. 建设型公关 D. 维系型公关
20. 组织的公关形象筹划要对公众进行研究，其首先要做的工作是（ ）

- A. 研究目标公众对组织的特殊视角 B. 研究目标公众的类型
C. 建立有效的公众形象 D. 鉴别目标公众的权利要求
21. 德国著名社会心理学家库尔特·卢因对传播研究的主要奉献是提出了()
A. 五H模式 B. 两级传播模式 C. 受众选择论 D. 把关人理论
22. 各国政府及其所属各重要部门设立的发言人制度是一种公关活动的典型()
A. 新闻代理模式 B. 公共信息模式 C. 双向平衡模式 D. 双向不平衡模式
23. 5W模式界定了传播研究的范畴,其提出者是()
A. 拉斯韦尔 B. 马克斯·韦伯 C. 伊斯顿 D. 罗伯特·李
24. 提出“两级传播论”的美国社会学家是()
A. 拉斯韦尔 B. 麦克卢汉 C. 拉扎斯菲尔德 D. 麦库姆斯
25. 公关调查中使用最广泛的方法是()
A. 公众代表座谈会 B. 资料分析 C. 民意测验 D. 利用新闻媒体
26. CI最早源于()
A. 第一次世界大战前 B. 第一次世界大战至第二次世界大战之间
C. 第二次世界大战至20世纪70年代末 D. 20世纪90年代
27. “比附定位策略”属于()
A. 市场领导者定位策略 B. 市场模仿者定位策略 C. 市场跟进者定位策略 D. 市场挑战者定位策略
28. 把不同的营销传播方案编制出来,作为效劳于营销目标的直接功能,这种做法被称为()
A. 效能整合 B. 功能整合 C. 协调整合 D. 综合整合
29. 一般而言,广告筹划的中心环节是()
A. 广告定位 B. 广告媒介 C. 广告效果 D. 广告创意
30. 市场领导者定位战略所运用的根本原那么是()
A. 垄断原那么 B. 先入为主原那么 C. 创新原那么 D. 排他原那么

二、多项选择题(本大题共10小题,每题2分,共20分)

在每题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择、少选或未选均无分。

31. 公共关系的根本职责有()
A. 收集信息 B. 辅助决策 C. 传播推广 D. 协调沟通 E. 提供效劳
32. 按所从事业务内容划分,公关公司一般可分为()
A. 专项业务效劳公司 B. 合作型效劳公司 C. 独立型效劳公司 D. 专门业务效劳公司 E. 综合效劳咨询公司
33. 根据关系的重要程度,可将公众分为()
A. 优先公众 B. 目标公众 C. 临时公众 D. 首要公众 E. 次要公众
34. 马斯洛认为人类的根本需要包括()
A. 生理需要 B. 平安需要 C. 社交需要 D. 自尊需要 E. 自我实现需要
35. 杂志作为公关传播媒介具有的传播优势有()
A. 时效长 B. 针对性强 C. 感染力强 D. 传播迅速 E. 印刷精美、表现力强
36. 影响受众选择性注意的主要因素有()
A. 比照 B. 强度 C. 位置 D. 重复 E. 变化
37. 一般说来,构成态度的要素包括()
A. 认知 B. 情感 C. 意图 D. 知觉 E. 需要
38. 以下选项属于有组织、有目的又比较标准的言语沟通活动方式的有()
A. 会议 B. 演讲 C. 沙龙 D. 集会 E. 会谈
39. 编制组织公关预算的方法主要有()
A. 方案评审法 B. 按销售量抽成法 C. 宏观预算法 D. 微观预算法 E. 目标作业法

40. CIS 的构成要素包括()

A. MIS B. BISC. DIS D. VISE. HIS

三、名词解释(本大题共4小题, 每题3分, 共12分)

41. 舆论

42. 消极公众

43. 流行

44. 组织实际形象

四、简答题(本大题共4小题, 每题5分, 共20分)

45. 简述公众的根本特征。

46. 简述公共关系开展的新特点。

47. 简述 VIS 的设计与开发要素。

48. 在公关传播中, 报纸传播有什么优点?

五、论述题(10分)

49. 试论我国加强政府公共关系建设的意义。

六、案例分析题(8分)

50. 1992年, 又一度的学科奥林匹克竞赛结束了, 中国选手取得了“大满贯”的绝对好成绩, 社会上却鲜有人关注, 不久巴塞罗那奥运会开幕, 人们纷纷将目光聚焦于运动健儿的赛场表现。当舆论界把两个奥林匹克一冷一热的情况进行比照并议论纷纷的时候, 四通公司敏感地发现了社会对教育和科技的忽略。在这一背景下, 四通公司决定独家发起并捐助学科奥赛。

9月12日, 中央电视台在新闻联播里报导了当天在人民大会堂举行的四通公司资助中国学科奥林匹克代表队颁奖的活动。第二天, 各大报纸纷纷报导了这一消息。从这项活动的内容、参加者的层次以及公众对这一活动的关注来看, 它在中国学科奥林匹克史上是空前的, 四通公司那么给全国人民留下了深刻印象。

问题:

(1) 四通公司的行为表达了哪种公关思想?

(2) 此类行为为什么会给企业带来益处?

答案一、单项选择题 BBCAD CADCB CBDBA BACCD DBACC ACBDB

二、多项选择题

31 ABCDE32 ADE33 DE34 ABCDE35 ABE36 ABCDE37 ABC38 ABE39 BE40 ABD

三、名词解释

41指社会公众对组织的政策、行为、人员或产品所形成的看法和意见的总和, 是社会上大多数人对组织的看法和意见的公开表达。

42是与组织存在着内在关系, 但又因对这种关系的认识不够, 或该组织的行为对其造成的影响尚未被其觉察, 同时又具有觉察、卷入和认知这些问题的可能性, 但目前对组织的行为和传播持消极不干预、不影响、不积极反响态度的公众。

43是一种群众性的社会心理现象, 是指社会上许多人都去追求某种生活方式, 使这种生活方式在较短的时期内到处可见, 从而导致了彼此之间发生连锁性的感染, 即所谓的“一窝蜂”现象。

44是指组织的实际状态和行为在公众舆论的投影、反映, 是社会公众对组织实际状态和行为的认知与评价。

四、简答题

45 (1) 整体性 (2) 共同性 (3) 相关性 (4) 多样性 (5) 变化性

46 (1) 公关理论整合化; (2) 公关实务专业化; (3) 公关手段现代化 (4) 公关教育层次化 (5) 公

关地位战略化。

47VIS 的设计与开发要素包括：

标志、标准字、标准色、企业造型、企业象征图案、企业广告及宣传版面编排模式

481) 传播面广2) 传播迅速3) 具有新闻性，阅读率较高4) 文字表现力强5) 便于保存与查找。

五、论述题

49(1)有利于社会主义市经济体制的建立:一政府职能转变需要政府公共关系,二政企分开需要政府公共关系。

(2)有利于加强社会主义民主政治建设

一政社分开需要政府公共关系; ,二民主政治需要政府公共关系

(3)有利于维护转型期社会秩序的稳定。

一社会转型期需要政府公共关系; 二提高政府能力需要公共关系。

(4)有利于提高政府的国际形象。

六、案例分析题

50该案例充分表达了赞助活动思想的运用。

一现代企业不但要盈利,还应承担一定的社会责任和社会义务,以说明其是社的一员,要为社会开展奉献一份力量; 赞助社会某些活动正是企业向社会说明其承担责任和义务的最好方式之一。

二四通公司重视教育、重视科技,为中国学科奥林匹克代表队慷慨解囊,有力地衬托出了公司致力于开展民族、科技事业的形象,觉得社会认同,获得了良好社会信誉,为企业开展拓展了巨大的社会空间,获得回报也是水到渠成。

全国2024年10月高等教育自学考试

公共关系学试题

课程代码: 00182

一、单项选择题〔本大题共30小题, 每题1分, 共30分〕

在每题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多项选择或未选均无分。

1. 从“关系”性质的角度看, 公共关系主要指〔 〕

- A. 组织与组织之间的信息交流关系 B. 组织与公众之间的信息交流关系
C. 公众与公众之间的信息交流关系 D. 公众与政府之间的信息交流关系

2. 公共关系的主体是〔 〕

- A. 个人 B. 集体 C. 组织 D. 群体

3. 在公共关系中, 将追求平等和双赢作为处理各种关系的行为准则那么而形成的公关观念, 一般称为〔 〕

- A. 协调观念 B. 效劳观念 C. 传播观念 D. 互惠观念

4. 公共关系作为一种职业和一门学科, 最早产生于〔 〕

- A. 美国 B. 奥地利 C. 英国 D. 法国

5. 在美国开设第一所公共关系学院的大学是〔 〕

- A. 纽约大学 B. 斯坦福大学 C. 波士顿大学 D. 哈佛大学

6. 公共关系学正式成为一门科学的时间是〔 〕

- A. 20世纪初 B. 20世纪20年代 C. 20世纪30年代 D. 20世纪40年代

7. 公共关系传入中国大陆地区是在〔 〕

- A. 20世纪初 B. 20世纪20年代 C. 20世纪60年代 D. 20世纪80年代

8. 公共关系专著?有效的公共关系?在美国被誉为“公共关系的圣经”, 其作者是〔 〕

- A. 艾维·李 B. 卡特利普和森特 C. 巴纳姆 D. 爱德华·伯尼斯

9. 公关人员应具备的公关意识中, 其核心意识是〔 〕

- A. 塑造形象意识 B. 效劳公众意识 C. 沟通交流意识 D. 创新审美意识
10. 根据公众对组织的态度，公众可划分为（ ）
- A. 临时公众、周期公众和稳定公众 B. 顺意公众、逆意公众和边缘公众
C. 首要公众和次要公众 D. 非公众、潜在公众、知晓公众和行动公众
11. 在公关中，属于“必争之地”的是（ ）
- A. 顺意公众 B. 逆意公众 C. 边缘公众 D. 目标公众
12. 从对外公共关系实务工作层次来看，往往被置于最显著位置，甚至被称为对外传播首要公众的是（ ）
- A. 内部公众 B. 社区公众 C. 顾客公众 D. 媒介公众
13. 中国最高的公共关系组织——中国公关协会成立的时间和地点是（ ）
- A. 1985年在广州 B. 1986年在上海 C. 1987年在北京 D. 1988年在天津
14. 马斯洛认为决定人们行为的需要是（ ）
- A. 高级需要 B. 低级需要 C. 优势需要 D. 长远需要
15. 反映人们某种要求、期望、未实现的梦想以及未满足需求的流言是（ ）
- A. 愿望流言 B. 恐怖流言 C. 攻击流言 D. 喜悦流言
16. 一企业有一新产品刚投放市场，这个时候它应该选择的公关行为方式是（ ）
- A. 建设型公关 B. 维系型公关 C. 进攻型公关 D. 征询型公关
17. 组织的自我形象是其（ ）
- A. 实际的社会形象 B. 公众形象 C. 期望建立的社会形象 D. 过去已建立的社会形象
18. 当某组织发现自身利益与公众目标要求相冲突时，应该重点（ ）
- A. 强化正面形象 B. 进行形象转换 C. 进行形象修补 D. 减弱正面形象
19. 组织的门面、招牌、橱窗等属于（ ）
- A. 组织的管理形象 B. 组织的环境形象 C. 组织的社区形象 D. 组织的文化形象
20. 公共关系工作的一般程序是（ ）
- A. 公关筹划——公关实施——公关调查——公关检测 B. 公关调查——公关检测——公关筹划——公关实施
C. 公关检测——公关调查——公关筹划——公关实施 D. 公关调查——公关筹划——公关实施——公关检测
21. 马斯洛认为最高层次的需要是（ ）
- A. 自我实现的需要 B. 平安需要 C. 自尊需要 D. 生理的需要
22. World Wide Web 简称 WWW，是 Internet 开展最迅速的局部，其研制者是（ ）
- A. IBMB. 美国核物理中心 C. 微软公司 D. 欧洲核物理中心
23. 具有显著的双向交互式特征的公共关系传播媒介是（ ）
- A. 报纸 B. 杂志 C. 因特网 D. 播送电视
24. 组织公关人员的素质结构中，其核心要素是（ ）
- A. 公关职业心理 B. 公关意识 C. 公关专业知识 D. 公关能力
25. 以提高组织知名度、树立组织整体形象为目标的公关广告是（ ）
- A. 形象广告 B. 公益广告 C. 观念广告 D. 响应广告
26. “并非××属性”类广告所运用的定位策略是（ ）
- A. 市场领导者定位策略 B. 市场跟进者定位策略 C. 市场模仿者定位策略 D. 市场挑战者为竞争对手重新定位策略
27. 人类交往过程中最根本、最重要的工具是（ ）
- A. 语言 B. 书面文字材料 C. 网络 D. 文件
28. 行为识别系统简称（ ）
- A. DISB. CISC. BISD. IC

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/178054111112006051>