

## 2011年10月高等教育自学考试全国统一命题考试

### 公共关系学 试卷

(课程代码 00182)

#### 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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 现代公共关系传播的本质是组织与公众之间 【 A 】 1-41  
A. 信息的双向交流 B. 信息的单向交流  
C. 领导与被领导的关系 D. 管理与被管理的关系
2. 公共关系的主体是 【 B 】 1-44  
A. 公众 B. 组织  
C. 群众 D. 个人
3. 被美国学术界誉为“公共关系圣经”的著作是 【 C 】 1-56  
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》
4. 公共关系作为一种专门化的社会职业, 产生于 【 C 】 1-54  
A. 19 世纪初 B. 19 世纪中叶  
C. 20 世纪初 D. 20 世纪中叶
5. 公关调查中使用最为广泛的方法是 【 D 】 教材中无法找到知识点  
A. 公众代表座谈会 B. 资料分析  
C. 听证会 D. 民意测验
6. “时尚文化”是一家为教育和文化类企业提供服务的公关公司, 它属于 【 B 】 2-66  
A. 综合业务服务公司 B. 专门业务服务公司  
C. 合作业务服务公司 D. 独立业务服务公司
7. 工商公司、金融机构属于 【 C 】 教材中无法找到知识点  
A. 互益性组织 B. 服务性组织  
C. 营利性组织 D. 公益性组织
8. 在公关中应作为组织的财富, 悉心维护和“保养”的公众是 【 D 】 3-84  
A. 随意公众 B. 逆意公众  
C. 边缘公众 D. 顺意公众
9. 在马斯洛的需要层次论中, 归属和爱的需要属于 【 A 】 4-101  
A. 社交需要 B. 安全需要  
C. 生理需要 D. 自尊需要
10. 心理感应抗拒理论的提出者是 【 D 】 4-119  
A. 马斯洛 B. 阿什  
C. 霍夫兰 D. 布林
11. 学校利用校庆进行广泛的社会宣传, 这一活动表明它重视塑造自己的 【 A 】 教材中无法找到知识点  
A. 文化形象 B. 产品形象

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理免费提供下载, 请勿商用!

- C. 社区形象 D. 环境形象
12. “臭名远扬”用来形容组织形象的状态处于 【 B 】 9-197  
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
13. 议题设置论的代表性学者是 【 D 】 5-125  
A. 施拉姆 B. 卢因  
C. 拉斯韦尔 D. 麦库姆斯
14. 下列媒介中, 娱乐性功能最强的是 【 B 】 5-133  
A. 广播 B. 电视  
C. 电影 D. 杂志
15. 民意测验的最后阶段为 【 D 】 教材中无法找到知识点  
A. 实施调查 B. 整理资料  
C. 分析资料 D. 撰写调查报告
16. 在 VIS 中, 应用最广泛、出现频率最多的要素是 【 D 】 9-204  
A. 标准字 B. 标准色  
C. 企业造型 D. 标志
17. 广告“××保险公司祝全国人民平安健康”属于 【 C 】 教材中无法找到知识点  
A. 商品广告 B. 公益广告  
C. 形象广告 D. 促销广告
18. 响应广告的常见形式是 【 C 】 教材中无法找到知识点  
A. 意见广告 B. 公共事务广告  
C. 祝贺性广告 D. 观念广告
19. 企业识别系统的核心与原动力是 【 A 】 9-194  
A. 理念识别系统 B. 行为识别系统  
C. 视觉识别系统 D. 形象识别系统
20. 广告策划的中心环节是 【 B 】 7-168  
A. 广告定位 B. 广告创意  
C. 市场调查 D. 广告媒介安排
- 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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。
21. 产品定位的客观依据有 【 ABCDE 】 7-169  
A. 关于产品的调查研究 B. 对于消费者的调查研究  
C. 市场情况的调查研究 D. 关于竞争对手的调查研究  
E. 关于传播媒体的调查研究
22. 组织内设公关机构的模式有 【 ABCD 】 2-64/65  
A. 部门隶属型 B. 部门并列型  
C. 高层领导直属型 D. 公共关系委员会  
E. 公共关系公司
23. 流行的特点有 【 ABCE 】 4-108  
A. 新奇性 B. 时效性  
C. 周期性 D. 长久性

- E. 两极性
24. 组织自我形象分析包括 【 BCDE 】 9-195  
A. 公众辨认和分析 B. 组织实态的调查分析  
C. 员工阶层的调查研究 D. 管理阶层的调查分析  
E. 决策阶层的研究分析
25. 影响受传者选择性理解的心理因素主要包括 【 ABE 】 5-124  
A. 需要 B. 态度  
C. 环境 D. 教育  
E. 情绪
26. 可能引发公关危机的情形有 【 ABCDE 】 教材中无法找到知识点  
A. 产品质量不合格 B. 知假售假  
C. 经济合同纠纷 D. 严重的自然灾害  
E. 针对组织的失实新闻报导
27. 下列属于视觉识别系统(VIS)的有 【 BC 】 9-194  
A. 座右铭 B. 企业标志  
C. 企业名称 D. 经营策略  
E. 经营信条
28. 展览会按照内容可分为 【 AB 】 教材中无法找到知识点  
A. 综合性展览 B. 专题性展览  
C. 大型展览 D. 中型展览  
E. 小型展览
29. 广告主题的构成要素包括 【 CDE 】 7-173  
A. 广告成本 B. 信息共性  
C. 广告目标 D. 信息个性  
E. 消费心理
30. 政府公共关系的特征包括 【 ABCDE 】 教材中无法找到知识点  
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 (本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

31. 人群关系 1-49

答: 主要指群体内部活动和组织管理过程中人与人、人与群体的关系。

32. 便士报运动 1-53

答: 19 世纪 30 年代, 美国报界掀起了一场“便士报”运动, 即报纸以低廉的价格和通俗的内容去争取大量的读者, 使报纸完成了大众化、通俗化的飞跃。

33. 从众心理 4-117

答: 指在社会团体的压力下, 个人不愿意因为与众不同而感到孤立, 从而放弃自己的意见, 采取与团体中多数人相一致的行为, 以获得安全感、认同感和归属感。

34. 两级传播模式 5-123

答: 由美国著名社会学家拉扎斯菲尔德提出的。认为信息的传递, 是按照“媒介—意见领袖—受众”这种两级传播的模式进行的。

35. 形象广告 教材中无法找到知识点

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理免费提供下载, 请勿商用!

答：是以提高组织知名度，树立组织形象为目标的公关广告。

#### 四、简答题 (本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分)

36. 简述公共关系的基本职责。1-57/60

答：

- (1) 收集信息
- (2) 辅助决策
- (3) 传播推广
- (4) 协调沟通
- (5) 提供服务

37. 简述公关协会的主要活动内容。2-69

答：

- (1) 联络会员。
- (2) 规范本行业的职业道德和行为准则，维护本行业的形象和声誉。
- (3) 专业培训。
- (4) 普及知识。
- (5) 编辑出版刊物。

38. 简述公众的基本特征。3-81/82

答：

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

39. 整合营销传播的方法有哪些? 7-178

答：

- (1) 同一外观法
- (2) 主题线方法
- (3) 供应面的策划方法
- (4) 特设会议的方法
- (5) 基于消费者的方法

40. 简述政府公共关系的职能。教材中无法找到知识点

答：

- (1) 决策咨询职能
- (2) 信息交流职能
- (3) 舆论引导职能
- (4) 协调沟通职能

本文档资源由考试真题软件网 ([down.examebook.com](http://down.examebook.com)) 搜集整理免费提供下载，请勿商用!

- (5) 形象塑造职能
- (6) 公众服务职能

## 五、论述题 (10分)

41. 试述加强组织公关管理的意义。教材中无法找到知识点

答:

公关管理即公共关系管理是指对组织与公众之间传播沟通的目标、资源、对象、手段、过程和效果等基本要素实施的管理。它是组织经营管理或行政管理的重要组成部分,因而对组织管理意义重大。

(1) 加强公关管理能增强组织公关工作的系统性。公关工作纷繁复杂,要把它变成有机的操作系统,发挥其整体效应,必须加强对其管理。

(2) 能够提高公关工作的可控性。公关工作弹性较大,加强管理能够有效地控制组织公关目标、进程,提高公关工作质量。

(3) 可以加强公关工作的预测性。公关工作必须预测社会公众环境的变化,以使组织公关符合环境的要求,加强公关管理能够强化其预测功能,使其参与组织决策。

(4) 能够促进公关工作成熟发展。

## 六、案例分析题 (10分) 8-185

42. 为加强社区文明建设,某社区决定举行居民艺术作品展览会,但在筹备过程中遇到了资金短缺的问题。为此,社区委员会决定向周边企业筹集资金。经过工作人员的一番努力,一家保健品企业提供了展览会所需的资金。作为回报,该企业获得了展览会的冠名权。在此期间该保健品企业获得了良好的广告效益,树立了企业形象。

问题:①该企业的行为体现了何种公关思想?

②这类行为为什么会给企业带来益处?

答:

一、该案例充分体现了赞助活动思想的运用。

二、现代企业,不但要盈利,追求经济效益,同时,也要追求社会效益。只有获得好的社会效益,才会更有力地提高企业的经济效益。

1、表明自己承担社会责任

企业向社会掏腰包,表明企业作为社会一员,乐于承担一定的社会责任和义务,是为公众做贡献,必然获得公众好评,并因此赢得更大收益,达到“名利双收”的效果。

2、培养与社会公众的良好感情

赞助的对象是单位或个人,通过赞助,可密切企业与公众的关系,培养与公众的良好感情。

3、通过赞助活动做广告

赞助的社会活动,通过新闻媒体宣传,容易引起公众兴趣和关注,赞助单位的名称或产  
本档资源由考试真题软件网 ([down.examebook.com](http://down.examebook.com)) 搜集整理免费提供下载,请勿商用!

品都可能出现在赞助活动的现场，必然起到广告的作用。

qq593777558