

绝密★考试结束前

全国 2014 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. 被人们誉为公关之父的是 (A) 1-55

- A. 艾维·李
B. 菲尼斯·巴纳姆
C. 詹姆斯·格鲁尼格
D. 爱德华·伯尼斯

2. 通才式的公关人才可视为 (D) 2-73

- A. 具体工作人才
B. 辅助型人才
C. 智囊型人才
D. 领导型人才

3. 从管理作用上看，公关部门在组织中扮演的角色为 (B) 2-63

- A. 领导
B. 中介
C. 监督
D. 核心

4. 橱窗陈列展览属于 (D) 8-181

- A. 博览会
B. 中型展览会
C. 小型展览会
D. 袖珍展览会

5. 上海市公关协会成立的时间是 (B) 2-68

- A. 1985 年
B. 1986 年
C. 1987 年
D. 1988 年

6. 从费力程度看，财力、精力花费最少，使用最方便的传媒形式为 (A) 5-132

- A. 广播
B. 报纸
C. 电视
D. 网络

7. 首次提出心理感应抗拒理论的美国心理学家是 (C) 4-119

- A.法约尔
B.阿基里斯
C.布林
D.麦格雷戈
- 8.马斯洛所提出的理论为 (D) 4-100
A.两级传播论
B.双因素理论
C.危机传播论
D.需要层次论
- 9.为避免他人从后窗窥视家庭隐私，香港一家百叶窗企业在报上连续刊登题为“请留心你家的后窗”的销售广告，其生意顿时兴隆起来。其采用的公关传播模式为 (D) 5-126
A.5W 模式
B.把关人模式
C.两级传播模式
D.议题设置模式
- 10.公共关系的过程和方式是 (A) 1-45
A.传播
B.组织
C.公众
D.形象
- 11.对外开放参观活动首先应该确定的是 (A) 8-187
A.目的
B.规模
C.人员
D.时间
- 12.利用不同的媒体将有关信息传递给不同人群的媒体组合方式为 (C) 5-140
A.优势互补型媒体组合
B.政策倾向型媒体组合
C.分散型媒体组合
D.集中型媒体组合
- 13.新闻稿的灵魂是 (B) 7-161
A.事实
B.导语
C.结构安排
D.内容安排
- 14.整合营销传播最基础的形式是 (C) 7-178
A.关系管理的整合
B.功能的整合
C.认知的整合
D.形象的整合
- 15.某公司为庆祝其产品抽查合格率获全国第一而进行的庆典活动属于 (C) 8-185
A.开业庆典
B.周年庆典
C.重大成果庆典
D.受到特殊嘉奖庆典
- 16.企业对知识竞赛提供的赞助属于 (B) 8-186
A.赞助教育事业
B.赞助文化事业
C.赞助福利事业
D.赞助科研事业
- 17.在 VIS 中，应用最广泛、使用频率最多的要素是 (A) 9-204
A.标志
B.标准字
C.标准色
D.组织造型
- 18.电磁波、声波和光波等属于媒介物理形式中的 (C) 5-126
A.信息加工站
B.物质实体
C.物理能力
D.信息存贮站

19.形象修复理论的提出者是 (B) 10-223

- A.芬克
- B.班尼特
- C.伯克兰
- D.格鲁尼格

20.公关危机最为明显的特征是 (B) 10-214

- A.不确定性
- B.突发性
- C.连锁破坏性
- D.溢出效应

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.公关的基本功能包括 (ABCDE) 1-57

- A.收集信息
- B.辅助决策
- C.传播推广
- D.协调沟通
- E.提供服务

22.公关人员的基本能力包括 (ABCDE) 2-72

- 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.善于与他人交往的能力
- E.掌握政策和理论的能力

23.非正式团体的类型有 (ABCDE) 3-87

- A.友谊型
- B.同好型
- C.工作型
- D.自卫型
- E.互利型

24.根据对组织的态度，可将公众划分为 (ABC) 3-84

- A.顺意公众
- B.逆意公众
- C.边缘公众
- D.稳定公众
- E.周期公众

25.流行的特点包括 (BCDE) 4-108

- A.稳定性
- B.新奇性
- C.时效性
- D.周期性
- E.两极性

26.影响和改变态度的因素包括 (ABCDE) 4-105

- A.社会因素
- B.团体因素
- C.宣传因素
- D.个性因素
- E.态度系统特性因素

27.影响受传者选择性理解的心理因素包括 (ABC) 5-124

- A.需要
- B.态度
- C.情绪
- D.知识

E.技能

28.按公关活动的作用，可将公关目标划分为（ BD ） 6-148

- A.长期目标
- B.进攻型目标
- C.近期目标
- D.防守型目标
- E.特殊目标

29.广告的商业功能包括（ ACD ） 7-166

- A.沟通产销，刺激需求
- B.感知与理解
- C.扩大销售，加速流通
- D.鼓励竞争，活跃经济
- E.喜爱与偏好

30.赞助的作用包括（ ACD ） 8-185

- A.表明自己承担社会责任
- B.帮助企业获得经济效益
- C.培养与社会公众的良好感情
- D.通过赞助活动做广告
- E.促进传播过程的高效性

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.简述媒体组合的优点。 5-139

答：

- (1) 实现了信息的多层次化。
- (2) 使信息集中传播。
- (3) 可带来冲击力的乘积效果。
- (4) 可实现最大的到达率与到达次数。

32.简述公关人员应遵守的道德规范。 2-76

答：

- (1) 公正。
- (2) 正派。
- (3) 对社会负责。
- (4) 真实。
- (5) 保密。

33.从业务类型角度可将公关活动分为哪几类？ 6-154

答：

- (1) 宣传型公共关系。
- (2) 交际型公共关系。
- (3) 服务型公共关系。

(4) 社会活动型公共关系。

(5) 征询型公共关系。

34.广告与公关的联系表现在哪些方面? 7-168

答:

(1) 都以企业的市场营销战略为依据。

(2) 都以目标公众为对象。

(3) 都以传播信息为手段。

(4) 都以形象的塑造为使命。

35.简述造成知觉偏见的原因。 4-99

答:

(1) 首因效应

(2) 近因效应

(3) 晕轮效应

(4) 定型作用

36.简述公关危机管理的内容。 10-222

答:

(1) 调查了解、获取第一手材料。

(2) 制定暂时的对外传播时间表。

(3) 启动危机管理小组，制定危机管理计划。

(4) 危机管理。

(5) 总结经验。

四、论述题(本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分)

37.试述报纸传播的优点和缺点。 5-131

答:

一、优点:

1、可充分处理论题

2、选择性强

3、易于保存、易于检索

4、专业性强

5、经济性

二、弱点:

1、时效性差

2、读者的受局限性

3、报纸的现场感、形象感较差

38.试述影响心理抗拒的因素及心理抗拒阻止态度的转变。 4-119

答:

一、影响心理抗拒的因素

1、对自由的期望

人们对自由的期望越高，则当自由被剥夺时，其心理抗拒力量也越大。一个人越是认为自己应该拥有某种自由，当该自由被剥夺时，其心理抗拒就越强烈。如果人们根本不期望享有某种行为自由，则该种行为自由被取消时也根本无所谓。

2、对自由剥夺的威胁

有时候，个人的某种自由行为并未被剥夺，只是有可能被剥夺，即这种自由只是受到威胁，这时，人们也会产生心理抗拒且企图使自己保持这种自由。

3、自由的重要性程度

如果一项自由对自己越重要，则当这项自由被剥夺时，其心理抗拒也越大。

4、是否会影响到其他自由

如果人们的某种自由被剥夺，还会影响到其他自由也被剥夺，则其心理抗拒会更强。

二、心理抗拒阻止态度的转变

要防止公众出现逆反心理，公共关系工作人员就应当细心研究公众对“自由”的看法与认识，充分尊重和顺应他们的“自由”，不能让他们感觉到自己的自由被剥夺。另外，从信息传达的角度来看，还要注意传播的信息量和刺激量要适度，信息量过大，刺激过度就容易造成传播对象的厌烦情绪，同样也会产生逆反心理。

五、案例分析(10分)

39.英国航空公司所属波音 747 客机 008 号班机，准备从伦敦飞往日本东京时，因故障推迟起飞 20 小时。为了不使在东京等候此班机回伦敦的乘客耽误行程，英国航空公司公关人员及时与这些乘客沟通并帮助这些乘客换乘其他公司的飞机。经公关人员的努力，共 190 名乘客欣然接受了英航公司的妥当安排，分别改乘别的班机飞往伦敦。但其中有一位日本老太太叫大竹秀子，说什么也不肯换乘其他班机，坚决要乘英航公司的 008 号班机不可。无奈，公关人员只好与公司协商，重新安排 008 号班机从伦敦起飞，达东京后返回伦敦。于是，东京——伦敦，航程达 13000 公里，008 号班机上只载着一名旅客——大竹秀子。据估计，这次只有一名乘客的国际航班使英国航空公司至少损失约 10 万美元。从表面上看，的确是个不小的损失。可是，从深一层来理解，它却是一个无法估价的收获。正是由于英国航空公司公关人员的努力，使英航公司在世界各国来去匆匆的顾客心目中换取了一个用金钱也难以买到的良好形象。

请用所学知识分析英航公司公关人员所具备的公关意识。同时，请思考除案例反映出的公关人员公关意识之外，公关人员还应具备何种意识？ 2-70

答：

英航公司公关人员所具备的公关意识包括：

(1) 形象意识

作为知名航空公司的英国航空公司，在本次事件处理过程中，公关人员有效地在顾客中树立了用金钱也买不到的良好形象。这对企业来说，是非常珍贵的。

(2) 服务意识

作为一家航空公司，提供的是乘客运输的服务，因为飞机故障导致乘客耽误了行程，基于服务意识，毅然让乘客换

乘其他班机，对乘客的影响减到最低。如果没有这种一心为众的服务意识，企业的形象也就荡然无存；忽视了公众，企业和生存就会受到威胁。

(3) 沟通意识

在飞机故障事件出现后，公关人员有效地与乘客取得了沟通，仅有一位不愿换乘其他班机。这种信息交流能够让企业更好地塑造良好形象，促进了组织的发展。

(4) 长远意识

为一个人 008 号班机从东京——伦敦，航程达 13000 公里，英国航空公司至少损失约 10 万美元。一件看似企业亏损的事件，实质是企业立足长远，追求长期效益。毕竟企业形象的塑造并不是一两天的事件，它需要通过长期努力，不断积累，才能取得成功。急功近利，是行不通的。

除案例反映出的公关人员公关意识之外，公关人员还应具备的意识包括：互惠意识和创新意识。

qq593777558