

2023 年 10 月高等教育自学考试 公共关系学试题

课程代码:00182

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 公共关系的过程和方式是
A. 组织
B. 传播
C. 公众
D. 形象
2. 影响和制约组织的政策和行为的经营观念和管理哲学被称作是
A. 公共关系观念
B. 公共关系状态
C. 公共关系活动
D. 公共关系实务
3. 上海市公共关系协会成立的时间是
A. 1985 年
B. 1986 年
C. 1987 年
D. 1989 年
4. 从管理作用上看,公共关系部门在组织总体中扮演的角色是
A. 领导
B. 监督
C. 中介
D. 核心
5. 公共关系人员的职业心理的最基本要求是
A. 理智
B. 热情
C. 开放
D. 自信
6. 通才式的公共关系人才可视为
A. 具体工作人才
B. 领导型人才
C. 智囊型人才
D. 辅助型人才



7. 标志中国公共关系已得到国家有关部门认可的事件是
- A. 国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会的成立
 - B. 全国公关职业审定委员会的成立
 - C. 公关职业道德准则的出台
 - D. 公关协会的成立
8. 组织最重要的基本目标公众是
- A. 顾客公众
 - B. 社区公众
 - C. 内部公众
 - D. 政府公众
9. 认为教师是文质彬彬的,商人是唯利是图的,这些看法所体现的知觉偏见是
- A. 首因效应
 - B. 近因效应
 - C. 晕轮效应
 - D. 定型作用
10. 马斯洛认为最高层次的需要是
- A. 尊重
 - B. 自我实现
 - C. 社交
 - D. 安全
11. 传播学中,总体研究范畴的规划者是
- A. 拉斯韦尔
 - B. 伯尼斯
 - C. 马斯洛
 - D. 布林
12. 议题设置论研究中,最杰出的研究者是
- A. 拉斯韦尔
 - B. 拉扎斯菲尔德
 - C. 卢因
 - D. 麦库姆斯
13. 在我国,最为大众化的传播媒介是
- A. 报纸
 - B. 广播
 - C. 电视
 - D. 杂志
14. 混合商品展览会又被称作是
- A. 综合展览会
 - B. 宣传展览会
 - C. 横向展览会
 - D. 纵向展览会
15. 为部队战士提供文体娱乐设施的活动属于
- A. 展览活动
 - B. 庆典活动
 - C. 赞助活动
 - D. 对外开放活动
16. 流动车展属于
- A. 露天展览会
 - B. 中型展览会
 - C. 小型展览会
 - D. 袖珍展览会
17. 在 VIS 中,应用最广泛、出现频率最多的要素是
- A. 标志
 - B. 标准色
 - C. 标准字
 - D. 象征图案
18. 公共危机最为明显的特征是
- A. 突发性
 - B. 不确定性
 - C. 舆论关注性
 - D. “连锁”破坏性
19. “危机经常成为组织的一个转折点”,这句话出自
- A. 威廉·班尼特
 - B. 斯蒂文·芬克
 - C. 托马斯·伯克兰
 - D. 迈克尔·里杰斯特



20. 班尼特的形象修复理论的适用范围是

- A. 适用于个人
- B. 适用于组织
- C. 既适用于组织也适用于个人
- D. 既不适用于组织也不适用于个人

二、多项选择题:本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

21. 大中型公共关系公司的组织机构包括

- A. 行政部门
- B. 规划审计部门
- C. 专业技术部门
- D. 公共关系协会部门
- E. 国际和地区部门

22. 下列选项中,属于稳定公众的有

- A. 老主顾
- B. 飞机误点滞留机场的旅客
- C. 社区居民
- D. 足球场闹事的球迷
- E. 常客

23. 根据组织的价值取向,可将公众划分为

- A. 逆意公众
- B. 顺意公众
- C. 被追求的公众
- D. 不受欢迎的公众
- E. 受欢迎的公众

24. 影响受传者选择性理解的心理因素包括

- A. 态度
- B. 需要
- C. 情绪
- D. 技能
- E. 知识

25. 公共关系策划的原则包括

- A. 利益性原则
- B. 客观性原则
- C. 系统性原则
- D. 可行性原则
- E. 灵活性原则

26. 按公共关系活动的作用,可将公共关系目标划分为

- 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

27. 产品定位的客观依据有

- A. 关于产品的调查研究
- B. 关于消费者的调查研究
- C. 关于市场情况的调查研究
- D. 关于传播媒体的调查研究
- E. 关于竞争对手的调查研究

28. 赞助活动的作用有

- A. 表明自己承担社会责任
- B. 培养与社会公众的良好感情
- C. 提升员工士气
- D. 增强企业内聚力
- E. 通过赞助活动做广告



29. CIS 的基本构成包括

- A. 行为认知系统
- B. 理念识别系统
- C. 组织理念系统
- D. 行为识别系统
- E. 视觉识别系统

30. 危机传播领域的理论模式目前有

- A. 阶段分析理论
- B. 战略分析理论
- C. 焦点事件理论
- D. 莫斯分析理论
- E. 媒体战略理论

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. 简述公共关系人员培养的原则。
- 32. 简述组织正确处理媒介公众关系要遵循的原则。
- 33. 简述态度的特性。
- 34. 简述电视传播的缺点。
- 35. 简述广告策划的内容。
- 36. 简述卓越理论建构所依赖的模型。

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

- 37. 试述公共关系策划的作用。
- 38. 如何建立有效的组织形象?

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”。
如果你所在的公关公司承办了啤酒节的展览活动,应该如何做才能使该展览会活动取得理想的效果?

