

全国 2021 年 10 月高等教育自学考试
公关心理学试题
课程代码:00643

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. 世界上第一家“宣传顾问事务所”的创立时间是
A. 1901 年
B. 1902 年
C. 1903 年
D. 1904 年
2. 公关心理学中用得最多的一种研究方法是
A. 观察法
B. 调查法
C. 测验法
D. 实验法
3. 下列关于公众的文化心理特征描述正确的是
A. 文化程度越高,自我意识就越强,需要的层次也越高
B. 文化程度越低,则盲目性越大,自我要求也越高
C. 文化程度越高,自我意识就越高,需要的层次也越低
D. 文化程度越低,则盲目性越小,自我要求也越低
4. 一个人智力发展达到高峰,情感日益丰富,自我意识基本成熟,社会适应性强的年龄段是
A. 少年儿童
B. 青年人
C. 中年人
D. 老年人
5. 把兴趣划分为直接兴趣和间接兴趣的标准是
A. 兴趣的内容
B. 兴趣的倾向性
C. 兴趣持续时间的长短
D. 兴趣的主体范围

6. 赫茨伯格的双因素理论中,属于保健因素的是
- A. 工作表现机会 B. 工作带来的愉快
C. 工作环境以及地位 D. 职务上的责任感
7. 民族文化心理的主要组成部分中,和民族语言等一起构成民族文化特色,成为民族文化心理直接表现的是
- A. 民族自尊 B. 民族意识
C. 民族感情 D. 民族习惯
8. 公关心理学研究的心理定势中,具有更大的潜伏性、稳定性,更大的社会意义的是
- A. 流行心理定势 B. 企业心理定势
C. 个体心理定势 D. 群体心理定势
9. 一个总是嘻嘻哈哈的人处于肃穆庄重、哀伤悲痛的情境中,自然会体验到一种沉重悲凉之感,从而变得严肃起来。这一现象体现的感染特征是
- A. 感染的联动性 B. 感染的即时性
C. 感染的非强制性 D. 感染的情境性
10. 在公关活动中,扩大组织知名度、美誉度,树立组织良好形象的一个重要手段是
- A. 信息沟通 B. 意见沟通
C. 感情沟通 D. 心理沟通
11. 组织重视内部公共关系,加强内部成员之间的交流沟通 and 理解,增强组织成员的责任心和归属感,创造出内部上下一致、相互配合的工作状态,这种做法体现的公关策划的心理策略是
- A. 蓄势 B. 融势
C. 借势 D. 造势
12. 在利用大众传播媒介进行宣传的过程中,营利性组织发布的劝导性内容经常出现的形式是
- A. 社论 B. 评论
C. 倡议书 D. 广告
13. 手势沟通是一种很重要的非语言交往形式,要表示充满自信,做出的手势应该是
- A. 双手指尖相合 B. 双手相搓
C. 双手摊开 D. 双手紧握
14. 个人空间的距离范围是
- A. 0cm ~ 45cm B. 45cm ~ 120cm
C. 120cm ~ 360cm D. 360cm 以上
15. 完整的组织形象的要素包括两部分,其中组织的内在精神品质是
- A. 次要素 B. 硬要素
C. 软要素 D. 主要素
16. 提出认知失调理论的美国社会心理学家是
- A. 艾宾浩斯 B. 费斯廷格
C. 洛钦斯 D. 海德

17. 善于把握机遇的敏感性、善于化解矛盾的艺术性、及时调整计划的灵活性以及持之以恒的持久性等,这体现的是
- A. 公关行为的计划性
B. 公关行为的有效性
C. 公关行为的主动性
D. 公关行为的广泛性
18. 与一个组织凝聚力的高低有直接关系的是
- A. 组织的领导
B. 组织的利益
C. 组织内部冲突的解决状况
D. 组织成员心理满足程度
19. 下列心理防卫的具体方式中,属于积极心理防卫方式的是
- A. 升华
B. 幻想
C. 转移
D. 否认
20. 一个社会人角色定位最重要的方面是
- A. 年龄
B. 性别
C. 受教育程度
D. 职业

二、多项选择题:本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 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. 公关心理学与普通心理学研究的区别有
- A. 公关心理学侧重研究人的内在心理活动
B. 公关心理学注重考查人的心理与行为之间的关系
C. 公关心理学侧重于研究人的心理活动的一般规律
D. 公关心理学侧重考查公共关系活动特定情境中的人们的特殊心理活动及其规律
E. 公关心理学主要研究自然的、未经修饰的刺激环境所引起的人的心理反应
22. 公关人员的角色意识体现在
- A. 危机意识
B. 沟通意识
C. 功利意识
D. 服务意识
E. 形象意识
23. 创造性思维是公关策划创新最基本的动力,具体体现在
- A. 创新意识是公关策划的先导
B. 发散思维是公关策划的工具
C. 创造想象是公关策划的动力
D. 创造欲望是公关策划的基础
E. 创造性的公关效果是公关策划的目标
24. 公共关系传播内容大体上可以分为
- A. 告知性内容
B. 命令性内容
C. 强制性内容
D. 劝导性内容
E. 宣传性内容
25. 组织凝聚力的培养包括
- A. 确立理念
B. 树立起组织与员工是合作伙伴的理念
C. 完善合理化建议制度
D. 唤起员工的竞争意识和忧患意识
E. 深挖内涵,建设特色组织文化

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、名词解释题:本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分。

26. 气质
27. 骚乱
28. 新闻发布会
29. 公众舆论
30. 案例分析法

四、简答题:本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分。

31. 简述公众的兴趣在公关活动中的作用。
32. 简述刻板印象的特性。
33. 简述影响暗示效果的因素。
34. 简述危机公关的心理策略。
35. 简述有效的激励需要具备的基本条件。

五、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

36. 试述法国心理学家爱德华·德·博诺提出的改善思维的技巧。
37. 试述塑造组织形象的经济意义。

六、案例分析题:10 分。

38. 某公司所有部门都卷入了一场内讧,大家互相指责。产品研发部对营销部大为不满,认为他们没有为新产品提供详细的计划书;对销售人员也不满,认为销售人员没有向他们反馈客户对新产品的意见。生产部认为销售部的人员只关心他们的销售额,不惜以牺牲公司利益的方法来推销产品;同时,他们也信不过营销部的人,因为他们缺乏准确预测市场趋势的能力。营销部则认为,生产部的人思想保守、不愿冒险;他们也看不惯产品研发部的人,认为产品研发部的人动作迟缓,对他们的要求根本没反应。而销售部的人则认为营销部的人没有工作能力;指责生产部的人对客户提出的售后服务的要求置之不理。

请结合案例,运用公关心理学知识,分析良好的意见沟通对组织发展的重要性。