

绝密★启用前

2022年10月高等教育自学考试全国统一命题考试

公共关系学

(课程代码 00182)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分,第一部分为选择题,第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答,答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔,书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

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. 公共关系的行为主体是
A. 相关公众
B. 沟通媒介
C. 组织机构
D. 顾客
2. 侧重从传播属性认识公共关系的学者是
A. 雷克斯·哈罗
B. 弗兰克·杰夫金斯
C. 詹姆斯·格鲁尼格
D. 蔡尔滋
3. 公关意识的核心是
A. 服务意识
B. 互惠意识
C. 沟通意识
D. 形象意识
4. MIS是指
A. 行为识别系统
B. 视觉识别系统
C. 理念识别系统
D. 心理识别系统
5. 将公关公司划分为合作型公司与独立型公司的标准是
A. 经营方式
B. 内部业务
C. 人员组成
D. 工作范围
6. 首次提出心理感应抗拒理论的美国心理学家是
A. 法约尔
B. 马斯洛
C. 布林
D. 麦格雷戈

7. 能够为思维提供感觉信息的心理因素是
A. 性格
B. 态度
C. 需要
D. 知觉
8. “随大流”指的是
A. 从众心理
B. 逆反心理
C. 抗拒心理
D. 自卑心理
9. 根据卢斯契和基斯的分类,交警的指挥手势属于
A. 行动语言
B. 标记语言
C. 物体语言
D. 书面语言
10. 人类传播发展史上第二座重要的里程碑是
A. 语言
B. 印刷术
C. 文字
D. 电子技术
11. 公关策划的生命力在于其
A. 灵活性
B. 程序性
C. 时机性
D. 创造性
12. “人的一切行为,都是为了利益的获取”出自
A. 马克思
B. 恩格斯
C. 列宁
D. 毛泽东
13. 整合营销的最高阶段是
A. 形象的整合
B. 关系管理的整合
C. 功能的整合
D. 协调的整合
14. 承担广告费用的是
A. 广告媒介
B. 广告代理商
C. 广告受众
D. 广告主
15. 最正规、最庄重的展览会形式是
A. 博览会
B. 纵向展览会
C. 露天展览会
D. 横向展览会
16. 根据接受者的范围,组织形象可分为
A. 主导形象和辅助形象
B. 正面形象和负面形象
C. 直接形象和间接形象
D. 内部形象和外部形象
17. 决定组织总体目标和组织形象基本定位的阶层是
A. 决策阶层
B. 员工阶层
C. 行政和技术业务管理阶层
D. 监督阶层
18. 较为稳定、安全的组织形象管理状态是
A. 高美誉度/高知名度
B. 低美誉度/低知名度
C. 高美誉度/低知名度
D. 低美誉度/高知名度
19. 将危机定义为“有可能变好或变坏的转折点或关键时刻”的是
A. 赫尔曼
B. 英文韦氏词典
C. 乌里尔·罗森塔尔
D. 巴顿
20. 公关危机决策在本质上是
A. 确定性决策
B. 不确定性决策
C. 科学决策
D. 常规决策

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. 在我国政府中,具有公关性质的部门有
- A. 新闻办
 - B. 信访局
 - C. 交际处
 - D. 联络处
 - E. 对外宣传处
22. 公关的基本要素包括
- A. 行为主体
 - B. 沟通对象
 - C. 工作手段
 - D. 过程
 - E. 目标
23. 根据关系的重要程度,可将公众划分为
- A. 首要公众
 - B. 次要公众
 - C. 临时公众
 - D. 周期公众
 - E. 稳定公众
24. 影响知觉选择性的客观因素包括
- A. 知觉对象本身的特征
 - B. 对象和背景的差别
 - C. 对象的组合
 - D. 需要
 - E. 知识
25. 传播的对象分析主要包括
- A. 传播对象的心理
 - B. 传播对象的劝服
 - C. 传播的媒介环境
 - D. 传播的效果类型
 - E. 传播的宣传方法
26. 广告的商业功能有
- A. 沟通产销,刺激需求
 - B. 了解心态,掌握需要
 - C. 扩大销售,加速流通
 - D. 加强沟通,传播文化
 - E. 鼓励竞争,活跃经济
27. 新闻发布会的工作环节包括
- A. 确定主题
 - B. 确定邀请对象
 - C. 会前准备
 - D. 主持会议
 - E. 收集反馈信息
28. 根据规模可将展览会分为
- A. 大型综合展览会
 - B. 中型展览会
 - C. 小型展览会
 - D. 袖珍展览会
 - E. 露天展览会
29. 组织的理念识别系统具体表现为组织的
- A. 经营信条
 - B. 精神标语
 - C. 座右铭
 - D. 经营策略
 - E. 标志

30. 组织造型或“吉祥物”设计题材的类型有

- A. 山水类
- B. 人物类
- C. 动物类
- D. 植物类
- E. 产品类

第二部分 非选择题

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

31. 简述网络传播的缺点。
32. 简述公关人员应遵守的道德规范。
33. 简述公关的功能。
34. 简述影响和改变态度的因素。
35. 简述公关策划的原则。
36. 简述整合营销传播的方法。

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

37. 试述对外开放参观应注意的问题。
38. 试述组织处理与政府公众关系的艺术。

五、案例分析题:10 分。

39. 2015 年 3 月 15 日,权威媒体播报了某餐饮企业售卖假鸭血的新闻。新闻一经播出,公众哗然,公司股价当日下跌 3%。在事件发生的 12 小时内,该公司连发三条微博,内容如下:其一,公司对此事高度重视,将联合有关方面展开调查,以贯彻品质至上、对消费者负责的经营理念;其二,公司将立即停售、封存全部鸭血产品,并且公布公司的媒体联络方式;其三,公司将积极配合政府部门取样检测,对于给广大消费者带来的担忧和不便深表歉意。3 月 26 日,官方检测结果显示,鸭血产品质量没有问题。公司随即宣布恢复鸭血产品售卖,并且感谢媒体为公众食品安全付出的努力。此后的一周,该公司的股价上涨了 33%。
- 该案例体现出公关危机管理的哪些原则?