

- |  |   |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证         | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证     | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务    | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务  |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

<a href="#">基础班</a>	<a href="#">申讲班</a>	<a href="#">精品班</a>	<a href="#">套餐班</a>	<a href="#">实验班</a>	<a href="#">习题班</a>	<a href="#">高等数学预备班</a>	<a href="#">英语零起点班</a>
---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	-------------------------	------------------------

网校推荐课程：

<a href="#">思想道德修养与法律基础</a>	<a href="#">马克思主义基本原理概论</a>	<a href="#">大学语文</a>	<a href="#">中国近现代史纲要</a>
<a href="#">经济法概论（财经类）</a>	<a href="#">英语（一）</a>	<a href="#">英语（二）</a>	<a href="#">线性代数（经管类）</a>
<a href="#">高等数学（工专）</a>	<a href="#">高等数学（一）</a>	<a href="#">线性代数</a>	<a href="#">政治经济学（财经类）</a>
<a href="#">概率论与数理统计（经管类）</a>	<a href="#">计算机应用基础</a>	<a href="#">毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论</a>	

[更多辅导专业及课程>>](#)[课程试听>>](#)[我要报名>>](#)

绝密 ★ 考试结束前

## 全国 2013 年 1 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. 侧重从公共关系的传播属性来理解公共关系的学者是

- A.雷克斯 哈罗  
C.詹姆斯 格鲁尼格
2. 公共关系对公关人员能力的最基本要求是  
A.良好的组织能力  
C.敏锐的观察能力
3. 《<中国公共关系职业道德准则>草拟及其实施方案》提出的时间是  
A.1985 年  
C.1987 年
4. 组织最重要的基本目标公众是  
A.内部公众  
C.顾客公众
5. 决定公众性质的是公众的  
A.群体性  
C.多样性
6. 公关人员最基本的职业心理要求是  
A.自信  
C.开放
7. 认为人的态度的改变主要取决于说服者的条件、信息本身的说服力以及问题的排列技巧的学者是  
A.伯尼斯  
C.森特
8. 肯定与否定、亲近与疏远体现了态度的  
A.社会性  
C.两极性
9. “媒介是人体的延伸”这一观点的提出者是  
A.巴勒克拉夫  
C.拉斯韦尔
10. 希腊史诗《伊利亚特》、《奥德赛》得以传承载存下来的媒介形式为  
A.口语媒介  
C.印刷媒介
11. 公共关系策划的生命力在于其  
A.时机性  
C.创造性
12. 头脑风暴法的提出者是  
B.弗兰克 杰夫金斯  
D.罗伯特 希斯  
B.健全的思维和谋划能力  
D.能写会说  
B.1986 年  
D.1989 年  
B.社区公众  
D.媒介公众  
B.共同点的性质  
D.变化性  
B.热情  
D.理智  
B.巴纳姆  
D.霍夫兰  
B.稳定性  
D.协调性  
B.麦克卢汉  
D.伯尼斯  
B.手抄媒介  
D.电子媒介  
B.程序性  
D.灵活性

- A. 奥斯本  
C. 泰罗
13. 广告策划的基础是  
A. 市场调查  
C. 广告创意
14. 广告活动的行为主体是  
A. 媒体  
C. 广告代理商
15. 横向展览会又称为  
A. 混合商品展览会  
C. 单一商品展览会
16. 橱窗陈列展览和流动车展属于  
A. 大型的综合展览会  
C. 小型展览会
17. 组织的“吉祥物”属于VIS 中的  
A. 标志  
C. 组织象征图案
18. 组织识别系统中最具传播力与感染力的要素是  
A. 理念识别系统  
C. 视觉识别系统
19. 从决策的角度定义危机的学者是  
A. 赫尔曼  
C. 巴顿
20. “危机经常成为组织的一个转折点”，这一观点的提出者是  
A. 威廉·班尼特  
C. 托马斯·伯克兰
- B. 西蒙  
D. 弗洛姆
- B. 广告定位  
D. 广告媒介选择
- B. 点子公司  
D. 广告主
- B. 室内展览会  
D. 露天展览会
- B. 中型展览会  
D. 袖珍展览
- B. 组织造型  
D. 标注字
- B. 行为识别系统  
D. 听觉识别系统
- B. 罗森塔尔  
D. 佩尔森
- B. 迈克尔·里杰斯特  
D. 斯蒂文·芬克

## 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. 公共关系观念包括  
A. 形象观念  
C. 传播观念  
E. 协调观念
- B. 公众观念  
D. 服务观念

22. 部门隶属型公关部门一般隶属于

- A.销售部门
- B.公关委员会
- C.联络接待部门
- D.总经理办公室
- E. 广告或宣传部门

23. 下列公众属于临时公众的有

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

24. 下列公众属于组织内部公众的有

- A.管理人员
- B.技术人员
- C.生产人员
- D.销售人员
- E. 社区居民

25. 形成知觉偏见的原因主要有

- A.首因效应
- B.晕轮效应
- C.近因效应
- D.蝴蝶效应
- E. 刻板效应

26. 影响知觉选择性的主观因素包括

- A.动机
- B.兴趣
- C.性格
- D.气质
- E. 经验知识

27. 传播的内容分析主要包括

- A.传播的分类
- B.传播的符号
- C.传播的宣传方法
- D.传播对象的心理
- E. 传播对象的劝服

28. 根据公共关系工作的业务类型, 可将公共关系活动划分为

- A.交际型公共关系
- B.宣传型公共关系
- C.服务型公共关系
- D.进攻型公共关系
- E. 征询型公共关系

29. 整合营销传播的方法包括

- A.同一外观法
- B.主题线法
- C.供应面策划法
- D.特设会议法
- E. 基于消费者法

30. 依据赞助对象, 赞助活动可分为

- A. 赞助企业
- B. 赞助新闻出版和文化艺术事业
- C. 赞助教育和科研事业
- D. 赞助福利事业和受灾地区
- E. 赞助壮举

## 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. 简述舆论的作用。
- 32. 简述人们追随流行的心理原因。
- 33. 简述弗兰克·杰夫金斯提出的策划公共关系工作方案“六步工作法”的具体内容。
- 34. 简述广告策划中产品定位的客观依据。
- 35. 展览会采用的传播媒介有哪些？
- 36. 简述危机预警机制的内容。

### 四、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

- 37. 试述传播媒介的选择原则。
- 38. 试述组织形象的构成。

### 五、案例分析（10 分）

39. 某时装店专营各类高档时装。一天，小王参加社区劳动后从该店门前经过，欲进店为自己女友选购生日礼物。但门口保安不让小王入内，原因是他“衣冠不整”，双方争执不下，店中顾客议论纷纷，甚至有顾客指责店员，认为他歧视顾客，下次不准备再来这家店了。

问题：(1)请用顾客公众的有关理论分析该店员的行为。

(2)组织应如何处理好与顾客之间的关系？