

**中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构**



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看不限时间、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

**英语/高等数学预备班：**英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

**基础学习班：**依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

**冲刺串讲班：**结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

**真题测试班：**通过真题的在线模拟测试，由自考 365 网校的专家名师指明未来考试中可能出现的“陷阱”、“雷区”、“误区”，帮助学员减少答题失误，提高学员驾驭和应用所学知识的能力，迅速提高应试技巧和强化所学知识，顺利通过考试！[立即报名！](#)

浙江省 2006 年 4 月高等教育自学考试  
**公关心理学试题**  
课程代码：00643

一、单项选择题(本大题共 14 小题，每小题 1.5 分，共 21 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，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

- 1.根据动机内容的性质，可以把动机划分为（ ）  
A.生物性的动机和社会性动机  
B.高尚的动机和卑劣的动机  
C.长远的，概括的动机和短暂的具体的动机  
D.内部动机和外部的动机
- 2.消费者在选购商品的时候，特别重视商品的造型、色彩、包装等，重视商品的艺术欣赏价值，并从中获得精神享受，这种需要是（ ）  
A.情感心理需要  
B.求名心理需要  
C.求美心理需要  
D.求信心理需要
- 3.组织的社会形象就是（ ）  
A.组织为自己塑造的形象  
B.公众对组织的印象  
C.政府为组织确立的形象  
D.组织自我感觉的形象
- 4.将人口顺序编号，用等距法，每隔一定间距抽出一个样本，这种做法称为（ ）

- A.分层取样法  
B.系统取样法  
C.配额取样法  
D.间隔取样法
- 5.能力主要是指完成具体任务中所体现出的 ( )  
A.知识  
B.经验  
C.技能  
D.三者都是
- 6.“守门人”的概念是由\_\_\_\_\_首先提出的。( )  
A.库尔特·卢因  
B.布鲁墨  
C.德福洛  
D.艾维·李
- 7.人的认知活动主要是指 ( )  
A.知觉、情感、意志  
B.能力、气质、个性  
C.感觉、知觉、思维  
D.注意、学习、态度
- 8.人脑对直接作用于感官的客观事物的综合反映是 ( )  
A.注意  
B.感觉  
C.知觉  
D.思维
- 9.美感是属于 ( )  
A.心境  
B.激情  
C.应激  
D.情感
- 10.在一定时间内,由于共同的利益与沟通的需要使他们暂时集合于某一空间的公众,常常称之为 ( )  
A.正式群体  
B.非正式群体  
C.行动群体  
D.社会角色群体
- 11.社区公众主要是指 ( )  
A.内部公众  
B.外部公众  
C.组织所在地的公众  
D.整个社会公众
- 12.某人表现为行为孤僻,不太合群,观察细致,非常敏感,多愁善感、行动迟缓、优柔寡断,则此人的气质最有可能是 ( )  
A.多血质  
B.胆汁质  
C.粘液质  
D.抑郁质
- 13.面访调查的一个主要缺点是 ( )  
A.调查对象对问卷的理解不够  
B.调查对象不如实回答  
C.时间短难以深入  
D.调查对象容易受访问者的主观影响
- 14.通过记者招待会形成舆论效果是一种 ( )  
A.大众传播模式  
B.人际传播模式  
C.两级传播模式  
D.组织传播模式

**二、多项选择题(本大题共 4 小题, 每小题 2 分, 共 8 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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

1. 公共关系人员的心理素质主要包括 ( )
  - A. 良好的意志品质
  - B. 对信息的敏感性
  - C. 充分的自信心
  - D. 稳定乐观的情绪
  - E. 不断学习的精神
2. 公众印象的特点主要有 ( )
  - A. 一致性
  - B. 评估性
  - C. 描述中心词的作用
  - D. 平均模式
  - E. 重复性
3. 公共关系人员的职业道德素质包括 ( )
  - A. 克尽职守, 诚实信用
  - B. 开拓进取, 勇于创新
  - C. 努力学习, 有效工作
  - D. 廉洁奉公, 不谋私利
  - E. 公道正派, 谦虚团结
4. 大众传播媒介的不足主要表现在 ( )
  - A. 信息不能及时反馈
  - B. 信息流速不能自我控制
  - C. 对感官的刺激有限制
  - D. 更具有感情色彩
  - E. 信息更容易失真

**三、名词解释(本大题共 6 小题, 每小题 4 分, 共 24 分)**

1. 公众态度
2. 群体规范
3. 需要
4. 利他行为
5. 印象管理
6. 晕轮效应

**四、简答题(本大题共 3 小题, 每小题 7 分, 共 21 分)**

1. 简要说明群众心理定势的表现形式。
2. 简述影响公众印象形成的心理效应。
3. 简述营造组织良好心理氛围的策略。

**五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 13 分, 共 26 分)**

1. 结合实例分析影响传播效果的主要因素。
2. 举例说明期望理论在公共关系中的作用。

