

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！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

浙江省 2006 年 7 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 15 小题，每小题 2 分，共 30 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. 第一印象所产生的效应，就是【 】
A. 近因效应 B. 优先效应
C. 晕轮效应 D. 刻板效应
2. 公众对组织所持有的评价和行为倾向是指【 】
A. 公众心理 B. 公众态度
C. 公众印象 D. 社会组织形象
3. 工人、农民、知识分子等是以职业特征为存在形式的【 】
A. 正式群体 B. 行动群体
C. 假设群体 D. 实际群体

4. 最基本的情绪表现形式是【 】
- A. 语言和语气 B. 面部表情
C. 动作姿势 D. 生理反应
5. 企业产品的消费者对于企业来说属于【 】
- A. 内部公众 B. 外部公众
C. 公共关系行为的发出者 D. 公共关系活动的组织者
6. 人们对客观事物的个别属性进行反映的过程是【 】
- A. 感觉 B. 知觉
C. 思维 D. 认知
7. 公共关系人员必须具备的首要的心理素质是【 】
- A. 良好的性格 B. 充分的自信心
C. 稳定乐观的情绪 D. 良好的意志品质
8. 公共关系传播的主体是【 】
- A. 个人 B. 专门的信息传播机构
C. 社会组织 D. 公众
9. 预防逆反心理的首要策略是【 】
- A. 向公众全面、准确地提供有关信息
B. 选择专家、权威部门作为信息发出源
C. 尊重公众的人格
D. 调整公共关系传播的信息量以及时间和强度
10. 影响公众心理的主要因素是【 】
- A. 组织行为 B. 公众个性
C. 社会环境 D. 大众传播媒介
11. 下列属于组织形象软要素的是【 】
- A. 组织的无形资产 B. 组织的地理环境
C. 组织的产品 D. 组织成员的数量和质量
12. 在公众印象形成的过程中，被印象者指【 】
- A. 公众 B. 组织

- C. 社会 D. 大众传播媒介
13. 在社会上或群体中人们对普遍关心的人和事公开地发表一致性的意见称为【 】
- A. 时尚 B. 流言
C. 舆论 D. 谣言
14. 把公众态度分为积极的态度和消极的态度是按照_____划分的。【 】
- A. 认知评价 B. 行为倾向
C. 情感体验 D. 稳定程度
15. 当知觉条件在一定范围内发生变化时，人们对知觉对象的理解仍保持相对不变，这种知觉特性是指【 】
- A. 知觉的选择性 B. 知觉的恒常性
C. 知觉的主观性 D. 知觉的整体性

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. 以活动的侧重点而论，公共关系活动可以分为【 】
- A. 日常的公共关系活动 B. 专门性公共关系活动
C. 宣传型公共关系活动 D. 交际型公共关系活动
E. 社会服务型公共关系活动
2. 公共关系人员的职业道德主要包括【 】
- A. 克尽职守，诚实信用 B. 努力学习，有效工作
C. 务实肯干，积极上进 D. 廉洁奉公，不谋私利
E. 公道正派，谦虚团结
3. 公共关系传播的基本要素包括【 】
- A. 公共关系传播者 B. 公共关系传播内容
C. 公共关系传播渠道 D. 目标公众
E. 公共关系传播效果
4. 直接测定公众态度时采用的方法有【 】
- A. 自由反应法 B. 行为观察法
C. 分层抽样法 D. 自我评定法

E. 再认识实验

5. 国外最具代表性的印象管理理论有【 】

A. 符号相互作用论

B. 自我表现论

C. 枪弹论

D. 个人差异说

E. 情景认同论

三、名词解释（本大题共 6 小题，每小题 3 分，共 18 分）

1. 组织凝聚力

2. 公众

3. 枪弹论

4. 近因效应

5. 公众逆反心理

6. 关系障碍

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 7 分，共 28 分）

1. 简述影响组织士气的因素。

2. 简述个体加入群体的必要性。

3. 社会组织形象具有哪些特点？

4. 简述公共关系传播中人际交往的重要性。

五、论述题（本大题 14 分）

结合性格的重要性，论述了解公众性格特征对于公共关系工作的意义。