

- A. 亚里士多德的《修辞学》
B. 儒略·凯撒的《高卢战记》
C. 爱德华·伯尼斯的《公共舆论的形成》
D. 孔子的《春秋》
5. 被后人誉为公共关系之父的人是 ()
A. 爱德华·伯尼斯 B. 森特
C. 巴纳姆 D. 艾维·李
6. 影响组织形象的关键因素是 ()
A. 产品性能 B. 产品包装
C. 产品质量 D. 产品价格
7. 公共关系的传播推广职责首先在于 ()
A. 扩大影响 B. 引导舆论
C. 控制公众 D. 告知公众
8. 在美国被誉为“公共关系的圣经”的公共关系专著是 ()
A. 《舆论》 B. 《公众舆论的形成》
C. 《有效的公共关系》 D. 《公共关系学》
9. 国际公共关系协会成立的时间是 ()
A. 1955 年 B. 1956 年
C. 1986 年 D. 1987 年
10. 从管理作用看, 公关职能部门在组织总体中扮演的是 ()
A. “中心”角色 B. “中介”角色
C. “决策”角色 D. “计划”角色
11. 在公关人员心理素质中, 其最基本的要求是 ()
A. 热情心理 B. 自信心理
C. 开放心理 D. 创新心理
12. 假日出现的旅客高峰、招生考试时出现的考生及家长等属于 ()
A. 目标公众 B. 临时公众
C. 周期公众 D. 稳定公众
13. 竞选中的各种助选团体、工商业中的集团消费者、订购者属于 ()
A. 个体公众 B. 组织公众
C. 内部公众 D. 外部公众

- A. 公关策划
C. 形象设计
- B. 公关调查
D. 公关广告
25. 发布新闻的原则是 ()
- A. 坚持实事求是
C. 具有轰动效应
- B. 追求新颖
D. 强化感染力
26. 广告“水是生命之源, 请节约用水”属于 ()
- A. 形象广告
C. 响应广告
- B. 观念广告
D. 公益广告
27. 谈判各方简要亮出自己的基本想法、意图和目的, 以求为对方了解, 这属于谈判的 ()
- A. 导入阶段
C. 概说阶段
- B. 明示阶段
D. 亮相阶段
28. 企业内刊是企业自行编辑、出版、发行的一种 ()
- A. 大众媒介
C. 准大众媒介
- B. 非大众媒介
D. 超大众媒介
29. 企业标志在视觉传达中的基本功能是 ()
- A. 传递性
C. 认同性
- B. 识别性
D. 亲合性
30. 决定广告策划成败的关键是 ()
- A. 广告定位
C. 广告诉求
- B. 广告创意
D. 广告调查

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有二至五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。

31. “传播沟通”是公共关系的本质属性。理解这一命题的角度应当包括 ()
- A. 公共关系的形象性质
C. 公共关系的性质
E. 公共关系的学科性质
- B. 公共关系的舆论性质
D. 公共关系的职能性质
32. 专业的公关人员必须具备的公共关系观念应当包括 ()
- A. 社会意识
C. 形象观念
E. 整体意识
- B. 公众观念
D. 互惠观念

33. 树立组织形象的意义在于 ()
- A. 增强组织的应变能力
 - B. 组织形象是组织的无形资产
 - C. 良好的组织形象能够激励士气
 - D. 良好的组织形象是组织的有形资产
 - E. 良好的组织形象有利于营造和谐的组织社区环境
34. 根据公众发展的不同阶段, 可以将公众分为 ()
- A. 正式公众
 - B. 非公众
 - C. 潜在公众
 - D. 知晓公众
 - E. 行动公众
35. 作为舆论主体的公众具有的特点有 ()
- A. 有共同话题
 - B. 参与议论过程
 - C. 自发性
 - D. 松散性
 - E. 层序性
36. 组织公关效果评估中, 新闻舆论分析报告主要包括的内容有 ()
- A. 新闻报导趋势分析
 - B. 新闻报导量分析
 - C. 新闻报导质分析
 - D. 新闻报导舆论分析
 - E. 新闻报导时机分析
37. 下列属于印刷类大众传播媒介的有 ()
- A. 书籍
 - B. 电子邮件
 - C. 电子报纸
 - D. 报纸
 - E. 杂志
38. 下列属于社会公益活动的有 ()
- A. 设置奖学金
 - B. 捐赠慈善机构
 - C. 修建希望小学
 - D. 资助贫困大学生
 - E. 资助学术研讨会
39. 口头语言交流的一般特点有 ()
- A. 直接性与随时性
 - B. 双向性与反馈性
 - C. 情感性
 - D. 主观性
 - E. 真实性
40. 公共关系在企业中的作用突出表现在 ()

- A. 内求团结
B. 外求发展
C. 提高企业经济效益
D. 提高产品市场占有率
E. 提高企业发展潜力

三、名词解释题（本大题共 4 小题，每小题 3 分，共 12 分）

41. 公共关系职责
42. 公关协会
43. 公关活动方式
44. 公关危机

四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

45. 简述公共关系的辅助决策职责。
46. 社会组织聘请公关顾问时应特别注意哪些问题？
47. 组织公关活动的业务方式有哪些？
48. 在政府公关中，如何做到政务活动公开？

五、论述题（10 分）

49. 试述实施组织全员 PR 管理的基本要求及现实意义。

六、案例分析题(8 分)

50. 甲电子企业为了适应新的市场要求，开辟一条新的生产线，生产电子智能玩具。商品一上市，就受到广大家长及孩子的欢迎与好评，销量一路攀升。见此情形，同为生产电子产品的乙企业心有不服，派人买了甲企业的一部分电子玩具，买回后将其重新拆装，致使玩具功能失灵；同时乙企业在社会上制造此电子玩具质量不过关的舆论，使甲企业声誉受到强烈影响，产品销量急剧下降，产品大量滞销。

问：①乙企业的行为是否正当，为什么？

②甲企业应采取哪些措施应付？