



- 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？