

2018 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

公共关系学试卷

(课程代码 00182)

本试卷共 4 页，满分 100 分。考试时间 150 分钟。

考生答题注意事项：

1. 本卷所有试题必须在答题卡上作答。答在试卷上无效，试卷空白处和背面均可作草稿纸。
2. 第一部分为选择题。必须对应试卷上的题号使用 2B 铅笔将“答题卡”的相应代码涂黑。
3. 第二部分为非选择题。必须注明大、小题号，使用 0.5 毫米黑色字迹签字笔作答。
4. 合理安排答题空间，超出答题区域无效。

第一部分选择题

一、单项选择题：本大题共 20 小题，每小题 1 分，共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的，请将其选出。

1. 中国公关协会成立于
A. 1985 年
B. 1986 年
C. 1987 年
D. 1991 年
2. 被称为公关理论发展史的第一个里程碑的著作是
A. 公众舆论的形成
B. 公共关系学
C. 修辞学
D. 高卢战论
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
B. 1986 年
C. 1987 年
D. 1989 年
4. 公关的功利意识指的是
A. 形象意识
B. 服务意识
C. 沟通意识
D. 互惠意识
5. 横向展览会指的是
A. 混合商品展览会
B. 室内展览会
C. 单一商品展览会
D. 露天展览会
6. 某银行举办存款突破亿元大关的庆祝活动，该活动属于
A. 开幕庆典
B. 周年庆典
C. 重大成果庆典
D. 特殊嘉奖庆典
7. “媒介是人体的延伸”的提出者是
A. 巴勒克拉夫
B. 麦克卢汉
C. 拉斯韦尔
D. 伯尼斯
8. 人们希望归属于一个团体以得到关心、爱护、支持、友谊和忠诚，这种需要属于
A. 生理需要
B. 安全需要
C. 社交需要
D. 尊重需要
9. 许多人竞相效仿某些有影响的特定人物的某种新奇行为而形成的社会风尚被称为
A. 流行
B. 流言
C. 舆论
D. 风俗
10. 那些能够对信息的提供、制作、编辑和报道采取“疏导”与“抑制”行为的关键人物为
A. 策划人
B. 创意人
C. 把关人
D. 监督人
11. 公关策划全过程的首要环节是
A. 确定目标
B. 设计方案

- C. 选择方案 D. 实施方案
12. 个人不愿意因为与众不同而感到孤立, 从而放弃自己的意见的“随大流”行为是
A. 自我评价行为 B. 社会逆反行为
C. 自我认知行为 D. 社会从众行为
13. 整合营销传播最基础的形式是
A. 关系管理的整合 B. 功能的整合
C. 认知的整合 D. 形象的整合
14. 广告目标、信息个性与消费心理三者共同构成了
A. 广告媒介 B. 广告信息
C. 广告效果 D. 广告主题
15. 国际博览会属于
A. 大型的综合展览会 B. 中型展览会
C. 小型展览会 D. 袖珍展览会
16. VIS 是指
A. 理念识别系统 B. 行为识别系统
C. 视觉识别系统 D. 组织识别系统
17. 从他人非语言符号所透露出来的“蛛丝马迹”发现有价值的信息, 说明非语言传播具有
A. 隐喻性 B. 可信性
C. 组合性 D. 情境性
18. “臭名远扬”反映的组织形象地位是
A. 高知名度 / 高美誉度 B. 高知名度 / 低美誉度
C. 低知名度 / 高美誉度 D. 低知名度 / 低美誉度
19. 形象修复理论的提出者是
A. 芬克 B. 班尼特 C. 伯克兰 D. 格鲁尼格
20. 公关工作的对象统称为
A. 人民 B. 公众 C. 群众 D. 大众

二、多项选择题：本大题共 10 小题。每小题 2 分。共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 以内部业务为标准可将公关公司划分为
- A. 专项业务服务公司 B. 合作型公司
- C. 独立型公司 D. 专门业务服务公司
- E. 综合服务咨询公司
22. 根据关系的稳定程度, 可将公众划分为
- A. 首要公众 B. 次要公众
- C. 临时公众 D. 周期公众
- E. 稳定公众
23. 公众的特点有
- A. 群体性 B. 共同性 C. 多样性 D. 变化性 E. 相关性
24. 影响和改变态度的因素包括
- A. 社会因素 B. 团体因素
- C. 宣传因素 D. 个性因素
- E. 态度系统特性因素
25. 受众选择“3S”论认为, 受众选择过程表现为
- A. 选择性传播 B. 选择性沟通 C. 选择性注意 D. 选择性理解 E. 选择性记忆
26. 编制公关预算的方法主要有
- A. 按销售额抽成法 B. 项目作业综合法
- C. 平均发展速度预测法 D. 零基预算法
- E. 滚动预算法

27. 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

28. 赞助活动的实施步骤包括

- A. 制定赞助法规
- B. 确定专人负责
- C. 确定赞助政策
- D. 进行前期研究
- E. 测定、评估效果

29. 根据公众获取组织信息的媒介渠道, 可将组织形象划分为

- A. 直接形象
- B. 间接形象
- C. 内在形象
- D. 外在形象
- E. 实态形象

30. 危机传播领域的理论模式有

- A. 阶段分析理念
- B. 战略分析理论
- C. 焦点事件理论
- D. 卓越理论
- E. 莫斯分析理论

第二部分非选择题

三、简答题: 本大题共 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分。

- 31. 简述电视传播的弱点。
- 32. 简述组织内设公关部门的特点。
- 33. 简述公关活动业务方式。
- 34. 简述舆论的作用。
- 35. 简述公关策划的作用。
- 36. 简述公关危机事中管理的内容。

四、论述题: 本大题共 2 小题。每小题 10 分, 共 20 分。

- 37. 试述杂志传播的优点和缺点。
- 38. 试述公关人员的基本能力。

五、案例分析题: 10 分。

39. 某时装店专营各类高档时装。小王打算在女友过生日的时候买一套时装送给她。一天, 小王参加社区劳动从该店门前经过, 看见两位女同事在店里买时装, 顿时大喜, 想请同事帮助自己选择女朋友的生日礼物。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, 很多顾客指责门卫歧视顾客, 下次不准备再来这家店了。

- ①请用顾客公众的相关理论分析门卫给时装店带来损失的原因。
- ②组织应如何处理好与顾客之间的关系?

2018 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

公共关系学试题答案及评分参考

(课程代码 00182)

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. C | 2. A | 3. D | 4. D | 5. A |
| 6. C | 7. B | 8. C | 9. A | 10. C |
| 11. A | 12. D | 13. C | 14. D | 15. A |
| 16. C | 17. A | 18. B | 19. B | 20. B |

二、多项选择题:本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。

- | | | | | |
|---------|-----------|-----------|-----------|----------|
| 21. ADE | 22. CDE | 23. ABCDE | 24. ABCDE | 25. CDE |
| 26. ABC | 27. ABCDE | 28. BCDE | 29. AB | 30. ABCD |

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

31. ①反映信息的表面性;(2 分)
②反映的不可再现性;(2 分)
③费用较高。(1 分)
32. ①了解内情;(1 分)
②便于协调;(1 分)
③效率较高;(1 分)
④成本较低;(1 分)
⑤工作受到组织内部因素的制约,难以完全做到客观公正。(1 分)
33. ①宣传型公共关系;(1 分)
②交际型公共关系;(1 分)
③服务型公共关系;(1 分)
④社会活动型公共关系;(1 分)
⑤征询型公共关系。(1 分)
34. ①制约与监督作用;(2 分)
②鼓动作用;(2 分)
③指导作用。(1 分)
35. ①是市场经济发展的客观要求;(1 分)
②是企业经营管理的重要任务;(1 分)
③是塑造组织形象的关键;(1 分)
④是公共关系活动成功的保证。(2 分)

36. ①调查了解、获取第一手资料;(1分)
②制定暂时的对外传播时间表;(1分)
③启动危机管理小组制定危机管理计划;(1分)
④危机管理小组按照计划实施管理;(1分)
⑤总结经验。(1分)

四、论述题:本大题共2小题,每小题10分,共20分。

37. 优点:①针对性强;(2分)
②信息的覆盖与更替周期长;(2分)
③印刷精良,装帧较好,更具保存价值。(1分)
缺点:①缺乏灵活性与时效性;(2分)
②阅读范围的局限性;(2分)
③感染力较差。(1分)
38. ①较强的文字和口头表达能力;(2分)
②良好的组织能力;(1分)
③健全的思维和谋划能力;(2分)
④敏锐的观察能力;(1分)
⑤很好的自制自控和灵活应变能力;(2分)
⑥善于与他人交往的能力;(1分)
⑦掌握政策、理论的能力。(1分)

五、案例分析题:10分。

39. ①该门卫没有认识到顾客公众的重要性。(1分)顾客是企业组织的衣食父母,良好的顾客公众关系能够给组织带来效益,顾客公众能够帮助组织确立正确的经营宗旨和完善的服务。(3分)
②组织要处理好与顾客的关系必须做到:树立为公众服务的思想,确立“顾客就是上帝”的观念;(2分)适应顾客公众的需要,不断创新,提供优质产品;(2分)想顾客公众所想,急顾客公众所急,为顾客公众提供一流的服务;(1分)妥善处理与顾客间的纠纷。(1分)