

绝密 ★ 考试结束前

全国 2020 年 10 月高等教育自学考试

公共关系学试题

课程代码:00182

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

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. 最早问世的公共关系学的理论书籍是
A.《修辞学》
B.《论语》
C.《大学》
D.《理想国》
2. 公共关系作为一门学科,最早产生于
A. 英国
B. 美国
C. 葡萄牙
D. 荷兰
3. 上海市公共关系协会成立的时间是
A. 1985 年
B. 1986 年
C. 1987 年
D. 1988 年
4. 公共关系意识的核心是
A. 沟通意识
B. 创新意识
C. 互惠意识
D. 形象意识
5. 标志我国公共关系已得到国家有关部门认可的事件是
A.《中国公共关系职业道德准则》的出台
B. 全国公共关系职业审定委员会的成立
C. 国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会的成立
D. 公共关系协会的成立
6. 组织最重要的基本目标公众是
A. 内部公众
B. 社区公众
C. 顾客公众
D. 媒介公众

7. 一种以偏概全、以点概面的片面知觉是
- A. 首因效应
B. 近因效应
C. 晕轮效应
D. 定型作用
8. 议题设置论的最杰出的研究者是
- A. 麦库姆斯
B. 拉扎斯菲尔德
C. 卢因
D. 拉斯麦尔
9. 承载、复制并传递信息的物理形式是
- A. 创意
B. 动机
C. 需要
D. 媒介
10. 以客观事实报道和评论为主要内容,利用印刷文字,以较短的时间间隔定期发行的一种媒体是
- A. 电视
B. 报纸
C. 杂志
D. 网络
11. 决定广告策划成败的关键是
- A. 广告效果测定
B. 广告定位
C. 广告媒介安排
D. 广告创意
12. 纵向展览会又称为
- A. 宣传展览会
B. 露天展览会
C. 单一商品展览会
D. 混合商品展览会
13. 新闻稿的灵魂是
- A. 导语
B. 事实
C. 主体
D. 结尾
14. 某公司为庆祝其产品抽查合格率全国第一而举办的庆典活动属于
- A. 开业庆典
B. 周年庆典
C. 重大成果庆典
D. 受到特殊嘉奖庆典
15. 企业为部队战士提供文体娱乐设施的活动属于
- A. 展览活动
B. 庆典活动
C. 对外开放参观活动
D. 赞助活动
16. CIS 指的是
- A. 理念识别系统
B. 组织识别系统
C. 行为识别系统
D. 视觉识别系统
17. 提出危机管理阶段划分 4R 说的学者是
- A. 斯蒂文·芬克
B. 罗伯特·希斯
C. 米特罗夫
D. 佩尔森
18. 公共关系危机最为明显的特征是
- A. 突发性
B. 不确定性
C. 舆论关系性
D. “连锁”破坏性
19. “危机经常成为组织的一个转折点”,这句话出自
- A. 威廉·班尼特
B. 斯蒂文·芬克
C. 托马斯·伯克兰
D. 迈克尔·里杰斯特

20. 班尼特的形象修复理论适用的范围是

- A. 个人
- B. 组织
- C. 组织与个人
- D. 非组织与个人

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. 公共关系领导人员的日常工作包括

- A. 确定工作目标,制定工作计划
- B. 内调外联,协调各方关系
- C. 领导全体公共关系人员开展工作
- D. 充当组织的发言人
- E. 对人力、经费、设备、时间加以预算和分配

22. 根据公众发展过程的不同阶段,可将公众划分为

- A. 被追求的公众
- B. 潜在公众
- C. 知晓公众
- D. 行动公众
- E. 非公众

23. 舆论的作用包括

- A. 制约作用
- B. 监督作用
- C. 鼓动作用
- D. 指导作用
- E. 推广作用

24. 影响受传者选择性理解的心理因素包括

- A. 技能
- B. 知识
- C. 情绪
- D. 态度
- E. 需要

25. 公共关系策划的原则包括

- A. 利益性原则
- B. 客观性原则
- C. 系统性原则
- D. 可行性原则
- E. 灵活性原则

26. 广告主题的构成要素包括

- A. 传播方式
- B. 广告目标
- C. 信息个性
- D. 消费心理
- E. 传播效果

27. 赞助的作用有

- A. 表明自己承担社会责任
- B. 培养与社会公众的良好感情
- C. 通过赞助活动做广告
- D. 增强企业内聚力
- E. 提升员工士气

28. 根据公众对组织形象因素的关注程度,可以将组织形象划分为

- A. 主导形象
- B. 实态形象
- C. 虚态形象
- D. 直接形象
- E. 辅助形象

29. 组织的产品形象的基本要素有
- A. 质量
 - B. 性能
 - C. 款式
 - D. 包装
 - E. 品牌
30. 按组织类别划分,公共关系危机可以分为
- A. 市场公共关系危机
 - B. 企业公共关系危机
 - C. 政府公共关系危机
 - D. 社会公共关系危机
 - E. 非营利组织公共关系危机

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

- 31. 简述组织内部设置公共关系部门的基本模式。
- 32. 简述公共关系一般人员的分类。
- 33. 简述媒体组合的优点。
- 34. 简述广告的商业功能。
- 35. 如何建立有效的组织形象?
- 36. 简述卓越理论建构所依赖的公共关系模型。

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

- 37. 试述公共关系策划的作用。
- 38. 试述公共关系危机管理——事中管理的内容。

五、案例分析题:10 分。

39. 哈尔滨,一个名副其实的“啤酒之城”。啤酒赋予这座城市灵性与豪气,彰显这座城市的魅力与个性。悠久的历史历史伴随着百年的啤酒文化氛围,打造出城市的节日——中国·哈尔滨国际啤酒节,该啤酒节每年七月份在哈尔滨举行。某啤酒公司连续几年都派出相关人员及产品参加该啤酒节,但并未取得理想的效果。如果你是该公司的公关人员,应该如何做才能使该活动取得理想的效果?

公共关系学 202010(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. A 2. B 3. B 4. D 5. C 6. A 7. C 8. A 9. D 10. B
11. D 12. C 13. A 14. C 15. D 16. B 17. B 18. A 19. D 20. C

二、多项选择题:本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。

21. ABCE 22. BCDE 23. ABCD 24. CDE 25. ABCDE
26. BCD 27. ABC 28. AE 29. ABCDE 30. BCE

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

31. ①部门隶属型;(2 分)

②部门并列型;(1 分)

③高层领导直属型;(1 分)

④公共关系委员会。(1 分)

32. ①调查分析人员;(1 分)

②计划人员;(1 分)

③传播人员;(1 分)

④文秘人员;(1 分)

⑤专门技术人员。(1 分)

33. ①它实现了信息的多层次化;(1 分)

②它能使信息集中传播;(1 分)

③它可带来冲击力的乘积效果;(1 分)

④它可实现最大的到达率与到达次数。(2 分)

34. ①沟通产销,刺激需求;(2 分)

②扩大销售,加速流通;(2 分)

③鼓励竞争,活跃经济。(1 分)

35. ①组织利益与公众利益的协调与平衡;(2 分)

②总体形象与特定形象的协调与平衡;(2 分)

③知名度与美誉度的协调与平衡。(1 分)

36. ①新闻代理模型;(2 分)

②公共信息模型;(1 分)

③双向非对称模型;(1 分)

④双向对称模型。(1 分)

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

37. (1)公共关系策划是市场经济发展的客观要求。(2 分)

(2)公共关系策划是企业经营管理的重要任务。(2 分)

①公共关系策划是企业高层经营管理者的首要任务;(1 分)

②公共关系策划是企业经营管理决策的依据。(1 分)

(3) 公共关系策划是塑造组织形象的关键。(2分)

(4) 公共关系策划是公共关系活动成功的保证。(2分)

38. 公共关系危机管理是组织危机管理的核心阶段,包括以下几方面:

①调查了解、获取第一手材料。(2分)

②制定暂时的对外传播时间表。(2分)

③启动危机管理小组,制定危机管理计划。(2分)

④危机管理。(2分)

⑤总结经验。(2分)

五、案例分析题:10分。

39. (1) 准备阶段,应做好:

①搞清楚展览会的目的、主题和类型;(1分)

②充分做好本企业展台传播内容的准备工作;(1分)

③邀请参观者;(1分)

④向新闻机构采取合适的形式发布消息;(1分)

⑤准备好业务洽谈处、组织好工作人员等;(1分)

⑥对展览会的各项费用,要仔细预算,并报上级有关部门批准。(1分)

(2) 展览会期间,应做好:

①安排好接待工作,强调工作人员要尊重参观者;(1分)

②加强新闻发布工作,搜集参观者所反馈的信息。(1分)

(3) 展览会结束后,应做好:

①搜集编印好新闻媒介对展览会全过程的各种报道资料;(1分)

②对展览会效果进行测定,总结经验,找出问题。(1分)