

全国 2015 年 4 月高等教育自学考试

公关心理学试题

课程代码:00643

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 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。

2. 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)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 公共关系心理学的研究对象是

- A. 公共关系
- B. 公共关系活动过程
- C. 公共关系活动双方
- D. 公共关系活动双方的心理现象

2. 证明员工的士气对提高劳动生产率有重要作用的实验是

- A. 巴纳德实验
- B. 韦伯实验
- C. 霍桑实验
- D. 泰罗实验

3. 人们获取客观世界信息的两个主要来源是

- A. 运动觉和平衡觉
- B. 视觉和听觉
- C. 听觉和味觉
- D. 味觉和触觉

4. 与任性相反的意志品质是

- A. 果断性
- B. 坚韧性
- C. 自制力
- D. 自负性

5. 公共关系工作程序的第一步是

- A. 调查研究
- B. 策划
- C. 实施
- D. 评估

6. 比较持久、比较微弱而具有弥散性特点的情绪状态属于
- A. 激情
B. 心境
C. 应激
D. 冷静
7. 一个人由于勤奋、锲而不舍而丰富了知识、增长了才干,这说明
- A. 性格能改造气质
B. 性格体现了人的气质
C. 性格制约着能力的发展
D. 气质有利于能力的发挥
8. 从众行为和顺从行为最明显的区别在于
- A. 是否自愿
B. 是否有外界压力
C. 是否步调一致
D. 是否头脑清醒
9. 谣言与流言的主要区别在于
- A. 谣言一般是口头的
B. 谣言不一定真实可靠
C. 谣言的传播时间短
D. 谣言一般怀有恶意
10. 群体成员在认识上与群体保持一致,这种情感是
- A. 群体归属感
B. 群体认同感
C. 群体整体感
D. 群体荣誉感
11. 在公共关系中,处于客体位置的群体成员共同的心理状态或倾向称为
- A. 群体心理定势
B. 群体领导心理定势
C. 群体公众心理
D. 个体公众心理
12. 下列组织形象诸要素中,属于软要素的是
- A. 组织的资金状况
B. 组织的生活娱乐设施
C. 组织的群体心理氛围
D. 组织的无形资产
13. 在公众印象形成过程中,印象者是
- A. 公众
B. 个人
C. 组织
D. 媒体
14. “爱屋及乌”这一现象属于
- A. 优先效应
B. 晕轮效应
C. 近因效应
D. 刻板效应
15. “谎言重复三遍就会变成真理”,这种观点属于
- A. 个人差异说
B. 社会范畴说
C. 枪弹论
D. 社会关系说
16. 在公共关系传播模式中,担当“守门人”的是
- A. 组织
B. 目标公众
C. 大众传媒
D. 非目标公众
17. 在公关信息传播过程中,达到公关传播目的的首要条件是
- A. 信息与受传者的立场相一致
B. 引起受传者对信息的注意
C. 使受传者意识到目标与行动的一致性
D. 使达到目标的途径具体化

18. 公众态度形成的根基是
- A. 公众态度的认知成分
B. 公众态度的情感成分
C. 公众态度的行为倾向
D. 公众态度的文化背景
19. 公关人员必须具备的首要心理素质是
- A. 充分的自信心
B. 良好的意志品质
C. 稳定乐观的情绪
D. 坚强的意志
20. 被称作“潘多拉效应”的是
- A. 过度禁止性逆反
B. 感觉逆反
C. 价格逆反
D. 广告逆反

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至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 组织心理氛围的内涵包括
- A. 组织心理氛围表现了组织的意识形态
B. 组织心理氛围是组织情感的反映
C. 组织心理氛围反映着组织中的相互关系
D. 组织心理氛围反映了员工对组织的态度
E. 组织心理氛围的核心是组织凝聚力和士气
22. 对公众态度的直接测定方法有
- A. 自我评定法
B. 自由反应法
C. 行为观察法
D. 生理指标法
E. 个案法
23. 公众心理的特点有
- A. 利益性
B. 差异性
C. 关联性
D. 孤立性
E. 相同性
24. 群体领导心理的表现形式有
- A. 优越感
B. 压力感
C. 威望感
D. 成就感
E. 自卑感
25. 顺从行为和从众行为的共同点有
- A. 二者都表现为行为上的服从
B. 二者都表现为内心的服从
C. 二者都迫于外界的压力
D. 二者都排斥外界的影响
E. 二者都是公众个体行为
26. 公众印象形成的要素有
- A. 传媒
B. 被印象者
C. 印象者
D. 组织
E. 交往情景

27. 作为组织成员集体的主人意识特点有
- A. 相互平等
 - B. 与认识相联系
 - C. 权力和义务统一
 - D. 与评价相联系
 - E. 和集体意识相一致
28. 下列组织形象诸要素中,属于硬要素的有
- A. 组织的建筑群落和环境布置
 - B. 组织拥有的生产、技术设备
 - C. 组织的资金状况
 - D. 组织的产品
 - E. 组织的无形资产
29. 下列选项中,属于印象管理理论的有
- A. 符号相互作用论
 - B. 个人差异说
 - C. 自我表现论
 - D. 情景认同论
 - E. 社会范畴说
30. 公关人员在人际交往过程中应消除的心理障碍有
- A. 职务障碍
 - B. 职业障碍
 - C. 性别障碍
 - D. 关系障碍
 - E. 对等障碍

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、名词解释(本大题共5小题,每小题2分,共10分)

- 31. 主人意识
- 32. 利他行为
- 33. 个案法
- 34. 社会组织形象
- 35. 公众态度

四、简答题(本大题共6小题,每小题5分,共30分)

- 36. 营造组织良好心理氛围有何重要意义?
- 37. 广告效果的测定方法有哪些?
- 38. 群体发展的五阶段是什么?
- 39. 为了做好组织与外部世界的“中介人”,组织的传播者应具备哪些条件?

40. 公共关系心理学的研究任务是什么?

41. 兴趣的差异性主要表现在哪些方面?

五、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

42. 试述影响公众心理的外部因素。

43. 试述公共关系人员的职业道德素质。