

全国 2015 年 10 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. 下列各项中属于公共关系行为客体的是
A. 企业
B. 政府
C. 医院
D. 公众
2. 世界上第一家“宣传顾问事务所”的创办时间是
A. 1901 年
B. 1902 年
C. 1903 年
D. 1904 年
3. 把群体划分为实际群体和假设群体的依据是
A. 群体是否真实存在
B. 群体规模的大小
C. 群体的构成原则
D. 群体成员之间联系的密切程度
4. 具有凝聚性和排他性特征的公众心理是
A. 个体心理
B. 群体心理
C. 角色心理
D. 主体心理
5. 个体积极性的源泉、动力及形成心理倾向基础的是
A. 价值观
B. 兴趣
C. 需要
D. 动机

6. 公平理论的提出者是
- A. 赫茨伯格
B. 亚当斯
C. 弗鲁姆
D. 凯利
7. 侨居海外的华人哪怕在外时间再长,想的也是“落叶归根”,指的是群体心理定势主要内容中的
- A. 地域文化心理
B. 民族文化心理
C. 刻板印象
D. 经验效应
8. 光环效应指的是常见个性心理定势中的
- A. 移情效应
B. 经验效应
C. 首因效应
D. 晕轮效应
9. 一个总是嘻嘻哈哈的人处于肃穆庄重、哀伤悲痛的氛围中,自然会体验到一种沉重悲凉之感,从而变得严肃起来。这一现象说明的感染特征是
- A. 感染的联动性
B. 感染的即时性
C. 感染的非强制性
D. 感染的情境性
10. 美国学者布朗曾研究过暗示的性别差异,发现更容易接受暗示的受暗示者是
- A. 男性
B. 女性
C. 老人
D. 小孩
11. 公关人员进行公关策划时,要了解和掌握特定公关对象的个体心理特征、兴趣爱好以及年龄、性别、文化层次、经济收入等客观条件,分别地制订公关策划方案,这是公关策划的心理原则的
- A. 公众利益优先原则
B. 尊重客观事实原则
C. 目标针对性原则
D. 灵活创新原则
12. 在利用大众传播媒介进行宣传的过程中,营利性组织发布的劝导性内容往往出现的形式是
- A. 社论
B. 评论
C. 倡议书
D. 广告
13. 认为受传者所属的团体和周围环境会显著地影响其接受信息,这一受传者理论是
- A. 社会关系论
B. 社会范畴论
C. 个体差异论
D. 文化规范论
14. 脾气暴躁的人和脾气温和的人、主动型的人和被动型的人都可以成为好朋友,这种利用人际吸引的心理学规律是
- A. 邻近吸引规律
B. 互补吸引规律
C. 对等吸引规律
D. 个人特征规律
15. 提出认知失调理论的美国社会心理学家是
- A. 艾宾浩斯
B. 利昂·费斯廷格
C. 洛钦斯
D. 海德
16. 完整组织形象的要素包括两部分,其中组织的内在精神品质是
- A. 次要素
B. 硬要素
C. 软要素
D. 主要素

17. 心理学史上著名的霍桑实验的主持人是哈佛大学的心理学教授
- A. 海德
 - B. 艾宾浩斯
 - C. 梅奥
 - D. 洛钦斯
18. 开展公关活动不仅要面对外部公众,而且还要面对内部公众;不仅是现实公众,而且包括潜在公众,体现了公关活动的
- A. 广泛性
 - B. 有效性
 - C. 计划性
 - D. 主动性
19. 把所谓的“双向道”哲学思想嫁接入公关,被视为第一个真正的公关实践家是
- A. 利昂·费斯廷格
 - B. 爱德华·伯奈斯
 - C. 艾宾浩斯
 - D. 艾维·李
20. 个体在通向目标的过程中遇到难以克服的障碍或干扰,使目标不能达到、需要无法满足时,所产生的不愉快的情绪反应是
- A. 怨气
 - B. 挫折
 - C. 心境
 - D. 个性

二、多项选择题(本大题共5小题,每小题2分,共10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. 公众的心理倾向包括
- A. 个体心理特征
 - B. 需要
 - C. 动机
 - D. 价值观
 - E. 自我倾向
22. 马斯洛需要层次论内容包括
- A. 生理需要
 - B. 安全需要
 - C. 归属和爱的需要
 - D. 尊重的需要
 - E. 自我实现的需要
23. 公共关系传播内容大体上可以分为
- A. 告知性内容
 - B. 命令性内容
 - C. 强制性内容
 - D. 劝导性内容
 - E. 发布性内容
24. 组织凝聚力的主要影响因素有
- A. 组织的利益
 - B. 组织领导人
 - C. 组织内部冲突的解决状况
 - D. 组织成员心理满足程度
 - E. 组织的目标
25. 预防嫉妒心理的方式有
- A. 不断充实自己
 - B. 远离社交场合
 - C. 胸襟开阔
 - D. 多参加社交
 - E. 心态平衡

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3分,共15分)

26. 性格的情绪特征

27. 角色扮演法

28. 感染

29. 公关策划

30. 公关交往

四、简答题(本大题共5小题,每小题5分,共25分)

31. 在公关活动中新闻媒介公众的心理需要有哪些?

32. 简述公众心理定势在公关中的作用。

33. 暗示的表现形式有哪些?

34. 简述公关交往的心理原则。

35. 组织成员个体和集体的主人意识分别有哪些特点?

五、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

36. 试述危机公关的心理策略。

37. 试述受传者的逆反心理的主要表现以及对公关传播活动的影响。

六、案例分析题(10分)

38. 20世纪40年代末,当索尼公司还是一家很小的企业时,它宣称的目标是“成为最知名的企业,改变日本产品在世界上的劣质形象”。半个世纪后,索尼最终实现了自己的目标,把一个街道小企业做成了名列世界500强前茅的巨型跨国公司。

结合这一案例分析组织形成共同理念的作用。