

绝密 ★ 考试结束前

全国 2019 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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

- 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
- 把心理测验分为问卷测验、操作测验和投射测验的标准是
A. 测验目的
B. 测验性质
C. 测验具体方法
D. 测验主体
- 组团旅游的游客受到旅行社欺骗联合起来向旅游管理部门投诉,此种态度和行为体现的公众心理特征是
A. 一致性
B. 利益性
C. 关联性
D. 互补性
- 在公众心理特征的结构中处于第一层次的是
A. 个体心理特征
B. 角色心理特征
C. 群体心理特征
D. 组织心理特征
- 个体有获得信心、能力、本领的愿望,这体现的需要层次是
A. 生理需要
B. 安全需要
C. 归属和爱的需要
D. 尊重的需要

6. 双因素理论中关于保健因素说法正确的是
- 保健因素有激励作用,可以起到防止不满意的作用
 - 保健因素能使人们从“没有满意”转变为“满意”
 - 有它,感到满意;没有它,感到没有满意
 - 保健因素只能使人们从“不满意”转变为“没有不满意”
7. 人们对自己讨厌的人和事会竭力回避,这一现象体现的个体心理定势是
- 经验效应
 - 首因效应
 - 晕轮效应
 - 移情效应
8. 民族文化心理的基础是
- 民族情感
 - 民族习惯
 - 民族意识
 - 民族语言
9. 人在情况不明时、在困难和焦虑时,最容易接受暗示,这种情况中影响暗示效果的因素是
- 受暗示者的年龄和性别
 - 暗示时的情境
 - 受暗示者的心理状态
 - 暗示者的影响力
10. 人际间的感染会产生一种“连锁反应”现象,这体现的感染的特征是
- 联动性
 - 即时性
 - 非强制性
 - 情境性
11. 公关策划的首要原则是
- 尊重客观事实原则
 - 目标针对性原则
 - 公众利益优先原则
 - 灵活创新原则
12. 最早提出“把关人”概念的美国社会心理学家是
- 库尔特·卢因
 - 哈罗德·拉斯韦尔
 - 梅尔文·德弗勒
 - 巴伦
13. 在受传者态度改变的心理层次中,最持久、最牢固的态度改变是
- 顺从
 - 内化
 - 认同
 - 逆反
14. 认为人与人之间的亲密程度与双方的空间距离成正比的美国人类学家是
- 爱德华·霍尔
 - 库尔特·卢因
 - 哈罗德·拉斯韦尔
 - 梅尔文·德弗勒
15. 在现实生活中,脾气急躁和脾气温和的人、主动型和被动型的人都可以成为好朋友,这种现象利用的人际吸引的心理学规律是
- 邻近吸引规律
 - 互补吸引规律
 - 对等吸引规律
 - 个人特征规律
16. 经历过的事物在人脑中遗留的印迹,人脑累积知识、经验的功能表现是
- 记忆
 - 辨别
 - 判断
 - 注意
17. 增强组织凝聚力的最直接的因素是
- 组织的目标
 - 组织的利益
 - 组织的领导人
 - 组织内部冲突的解决状况

18. 心理学史上著名的霍桑实验的主持人是

- A. 海德
- B. 艾宾浩斯
- C. 梅奥
- D. 洛钦斯

19. 下列选项中,属于积极心理防卫方式的是

- A. 否认
- B. 转移
- C. 幻想
- D. 抵消

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. 焦虑
- D. 自卑

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. 公关心理学的研究原则有

- A. 主观性原则
- B. 科学性原则
- C. 系统性原则
- D. 客观性原则
- E. 创新性原则

22. 根据群体发展水平和群体成员之间联系的密切程度,可以把群体划分为

- A. 松散群体
- B. 正式群体
- C. 联合群体
- D. 集体
- E. 非正式群体

23. 公众需要的特点有

- A. 对象性
- B. 发展性
- C. 周期性
- D. 关联性
- E. 差异性

24. 发散思维最大的特点有

- A. 规范性
- B. 稳定性
- C. 流畅性
- D. 独特性
- E. 变通性

25. 公关人员完善的个性特征包括

- A. 灵活机变
- B. 坚定意志
- C. 循规蹈矩
- D. 充满自信
- E. 热情开朗

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、名词解释题:本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分。

26. 群体心理特征
27. 个体心理定势
28. 信息沟通
29. 融势
30. 情境交往

四、简答题:本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分。

31. 简述公众兴趣在公关活动中的作用。
32. 简述刻板印象的特性。
33. 简述意见沟通的功能。
34. 简述公关交往的心理原则。
35. 简述组织成员的集体意识的表现。

五、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

36. 试述创造性思维的激发与培养。
37. 试述提高公关传播效果的心理策略。

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。