

绝密 ★ 考试结束前

全国 2020 年 10 月高等教育自学考试 公关心理学试题

课程代码:00643

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. 把心理测验分为文字测验和非文字测验的标准是
A. 测验目的
B. 测验性质
C. 测验具体方法
D. 测验路径
2. 将心理学划分为普通心理学、社会心理学、个体心理学、发展心理学的标准是
A. 研究主体不同
B. 研究客体不同
C. 研究领域不同
D. 研究方法不同
3. 具有核心意义的个体特征,最能体现一个人的个性差异的是
A. 能力
B. 性格
C. 气质
D. 风度
4. 通常表现为内向,情绪稳定,兴奋性低,反应速度慢的人气质类型属于
A. 多血质
B. 胆汁质
C. 黏液质
D. 抑郁质
5. 社会型价值评价体系的中心价值是
A. 权力的大小
B. 地位的高低
C. 生活环境的优劣
D. 群体和他人利益
6. 一个人对周围客观事物的意义、重要性的总评价和总看法是
A. 需要
B. 动机
C. 价值观
D. 兴趣

7. 在信息沟通过程中,信号传送的方式称为
- A. 信源
B. 信道
C. 编码
D. 译码
8. 某些经济条件不宽裕的青年在结婚时特别讲排场、摆阔气的心理动机是
- A. 自我防御
B. 标新立异
C. 模仿
D. 从众
9. 一个人笑了,听到笑声的另一个人也高兴了起来;一个人生气了,另一个人看他生气也激动了起来。这种对公众心理施加有效影响的方法是
- A. 劝导
B. 暗示
C. 感染
D. 诱引
10. 日常生活中的“随大流”、“人云亦云”等从众现象形成的劝导方式是
- A. 告知型劝导
B. 说服型劝导
C. 浸润型劝导
D. 逆向型劝导
11. 推动人们去从事某种活动,去满足一定需求的意图、愿望和信念等的心理倾向是
- A. 动机
B. 需求
C. 能力
D. 价值观
12. 介绍新产品的设计过程、制作工艺、用途、专家鉴定情况等,属于公关传播内容中的
- A. 告知性内容
B. 命令性内容
C. 劝导性内容
D. 强制性内容
13. 公关策划的首要原则是
- A. 公众利益优先
B. 尊重客观事实
C. 灵活创新
D. 目标导向
14. 手势沟通是一种很重要的非语言交往形式,要通过手势表示坦白、无保留,应该
- A. 双手指尖相合
B. 双手相搓
C. 双手摊开
D. 双手紧握
15. 根据自觉程度,可以将交往分为
- A. 单向交往和双向交往
B. 直接交往和间接交往
C. 言语交往和非言语交往
D. 有意识交往和无意识交往
16. 公众对组织所持有的评价和行为倾向是
- A. 公众监督
B. 公众态度
C. 公众参与
D. 公众印象
17. 老人喜欢某一品牌的商品会长期、习惯性购买,而青少年则会在使用一段时间后就更换新的品牌,这体现了
- A. 兴趣指向差异性
B. 兴趣范围的差异性
C. 兴趣时间的差异性
D. 兴趣强度的差异性
18. 法国的波莫瑞香槟酒公司刊登在杂志上的广告都是黑白色的,他们绝不做彩色广告,该公司应用的公关策划创新思维是
- A. 强迫联想
B. 逆向思维
C. 纵向思维
D. 发挥自身优势
19. 影响组织凝聚力最直接的因素是
- A. 组织的目标
B. 组织内部冲突的解决
C. 组织领导人
D. 组织的利益

20. 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

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. 按照群体的构成原则,可将群体分为

- A. 大型群体
- B. 正式群体
- C. 非正式群体
- D. 实际群体
- E. 假设群体

22. 公平理论中的报酬包括

- A. 工资
- B. 奖金
- C. 津贴
- D. 晋升
- E. 名誉

23. 受传者态度改变的心理层次有

- A. 顺从
- B. 反对
- C. 认同
- D. 内化
- E. 逆反

24. 公众印象形成的心理过程包含的阶段有

- A. 引起注意
- B. 产生兴趣
- C. 发挥联想
- D. 形成记忆
- E. 做出判断

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、名词解释题:本大题共5小题,每小题3分,共15分。

- 26. 能力
- 27. 组织形象
- 28. 信息沟通
- 29. 选择性注意
- 30. 角色扮演法

四、简答题:本大题共5小题,每小题5分,共25分。

- 31. 简述动机的作用。
- 32. 简述流言的特点。
- 33. 意见沟通过程中有哪些环节?
- 34. 公关交往有哪些特征?
- 35. 简述营造组织良好心理氛围的意义。

五、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

36. 试述公益与赞助活动的心理效应及心理策略。

37. 试述公关交往的人际倾向理论。

六、案例分析题:10 分。

38. 一个计算机系的毕业生正急于找工作。一天,他对某杂志社的负责人说:“你们需要编辑吗?”“不需要!”“那么排字工人、校对呢?”“不,我们现在什么空缺也没有了。”“那么,你们一定需要这个东西。”说着他从公文包里拿出一块精致的小牌子,上面写着“额满,暂不雇用。”负责人看了看牌子,微笑着点了点头,说:“如果你愿意,可以到我们广告部工作。”

结合以上案例,谈谈心理定势的首因效应及其作用。