

2022 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. 将心理学划分为教育心理学、劳动心理学、管理心理学、临床心理学的标准是
A. 研究主体
B. 研究客体
C. 研究领域
D. 研究方法
2. 连接公共关系主、客体的重要手段是
A. 调查研究
B. 公共关系策划
C. 信息沟通
D. 效果评估
3. 在企业公关营销活动中,自觉或不自觉地充当义务宣传员的消费者的性格类型是
A. 外向友善型
B. 勇敢冒险型
C. 时尚领导型
D. 保守稳定型
4. 表现为易冲动,严重外倾的气质类型是
A. 多血质
B. 胆汁质
C. 粘液质
D. 抑郁质
5. 推动人们行为的直接原因是
A. 需要
B. 兴趣
C. 价值观
D. 动机
6. 调查中发现女性对逛街、购物有极大兴趣,并把这看做一种消遣和享受;而大部分男性则将逛街、购物看做负担,这体现的是
A. 兴趣范围的差异性
B. 兴趣时间的差异性
C. 兴趣指向的差异性
D. 兴趣强度的差异性

7. 人们通常认为教授一定是清瘦、古怪、文质彬彬的样子,这其中体现的个性心理定势是
- A. 经验效应
B. 移情效应
C. 首因效应
D. 近因效应
8. 民族文化心理的基础是
- A. 民族习惯
B. 民族意识
C. 民族感情
D. 民族语言
9. 意志坚定者或感情冷漠者均不易受暗示,而缺乏主见、随波逐流的人容易受到暗示者的影响,这种情况中影响暗示效果的因素是
- A. 受暗示者的心理状态
B. 受暗示者的年龄和性别
C. 暗示时的情境
D. 暗示者的影响力
10. 公共关系的主体要对公众和社会负责,与公众沟通的内容既要符合组织和公众的双边需要,又要符合社会道德准则的要求,这体现的信息沟通原则是
- A. 有用原则
B. 新颖原则
C. 真实原则
D. 健康原则
11. 危机公关是组织在形势不利时以变应变、夺取主动权的行爲,又被称为是
- A. 融势
B. 借势
C. 造势
D. 导势
12. 大众传播媒介在向受众传递信息的过程中,起着过滤作用的是
- A. “发布人”
B. “传递人”
C. “把关人”
D. “接收人”
13. 弱效果论又被称作是
- A. 子弹论
B. 有限效果论
C. 适度效果论
D. 强大效果论
14. 当一个人的不安全感越强时,越有可能喜欢对自己表示好感的人,这种现象利用的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. 个人特征规律
D. 对等吸引规律
15. 手势沟通是公关交往中一种很重要的非语言交往形式,下列手势中,可以表示跃跃欲试的是
- A. 双手指尖相合
B. 双手相搓
C. 双手摊开
D. 双手紧握
16. 注意的两种形式是
- A. 有意注意和无意注意
B. 宏观注意和微观注意
C. 直接注意和间接注意
D. 主观注意和客观注意
17. 影响组织凝聚力的最直接的因素是
- A. 组织成员心理满足程度
B. 组织的利益
C. 组织的目标
D. 组织领导人
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. 中国公共关系协会成立的时间是
A. 1987 年
B. 1988 年
C. 1989 年
D. 1990 年
20. 下列选项中,属于消极心理防卫方式的是
A. 幽默
B. 升华
C. 抵消
D. 幻想

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包括
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. 社区公众的需要主要体现在
A. 环境保护的需要
B. 求便心理的需要
C. 获得尊重的需要
D. 社区稳定的需要
E. 社区发展的需要
23. 要取得新闻发布会的成功,公关人员需要在会前进行周密的计划,做好充分的准备,具体内容包括
A. 确定新闻发布会的主题
B. 选择时机、地点及主持人和发言人
C. 准备好与发布会有关材料
D. 组织记者进行参观
E. 布置好发布会的会场
24. 公关传播的受众包括
A. 目标受众
B. 非目标受众
C. 真实受众
D. 虚拟受众
E. 中间受众
25. 公关职业的特征包括
A. 主导性
B. 依附性
C. 人本性
D. 内向性
E. 外向性

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. 性格的情绪特征
27. 刻板印象
28. 间接暗示
29. 公关策划
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. 简述马斯洛的“需要层次理论”的内容。
32. 简述公众心理定势的特点。
33. 简述感染的特征。
34. 简述公关交往的心理原则。
35. 组织凝聚力的培养应该从哪些方面着手?

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. 试述公共关系传播的基本要素。

六、案例分析题:10 分。

38. 美国国际商业机器(IBM)公司每年都要举办一场规模隆重的庆功会,对那些在一年中做出过突出贡献的销售人员进行表彰。IBM 公司还推行了“开门制”,如果一名员工感到自己受到了不公平的待遇,他可以直接向负责人投诉;如果仍不满意,可以“越级”上诉,直到问题圆满解决为止。

试运用公关心理学中组织心理氛围的相关知识对这一案例进行分析。