

全国 2015 年 10 月高等教育自学考试

公共关系学试题

课程代码:00182

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. 公共关系作为一门学科,最早产生于

- A. 英国
- B. 美国
- C. 德国
- D. 法国

2. 被称为公共关系理论发展史的“第一个里程碑”的专著是

- A. 《公共关系学》
- B. 《有效的公共关系》
- C. 《公众舆论的形成》
- D. 《原则宣言》

3. 在美国,被誉为“公共关系的圣经”的著作是

- A. 《公共关系学》
- B. 《原则宣言》
- C. 《公众舆论的形成》
- D. 《有效的公共关系》

4. 公共关系意识的核心是

- A. 形象意识
- B. 互惠意识
- C. 沟通意识
- D. 服务意识

5. 下列属于稳定公众的是

- A. 招生时节的家长
- B. 足球场闹事的球迷
- C. 社区居民
- D. “广交会”的来宾

6. 社会组织目标公众中最具有权威性的是
- A. 媒介公众
B. 社区公众
C. 顾客公众
D. 政府公众
7. 固定的僵化印象对人的知觉的影响称为
- A. 首因效应
B. 近因效应
C. 定型作用
D. 晕轮效应
8. 马斯洛认为人的最高层次的需要是
- A. 生理的需要
B. 自我实现的需要
C. 尊重的需要
D. 社交的需要
9. 拉扎斯菲尔德提出的传播理论是
- A. 两级传播论
B. “5W”模式
C. 受众选择“3S”论
D. 议题设置论
10. 从费力程度看,财力、精力花费最少,使用最方便的传媒是
- A. 报纸
B. 因特网
C. 广播
D. 杂志
11. “把关人”概念的提出者是
- A. 杰夫金斯
B. 拉斯韦尔
C. 麦库姆斯
D. 卢因
12. 展销会属于
- A. 征询型公共关系
B. 社会活动型公共关系
C. 宣传型公共关系
D. 交际型公共关系
13. 新闻稿结构中最常见的是
- A. 倒金字塔结构
B. 金字塔结构
C. 并列结构
D. 顺式结构
14. 整合营销的最高阶段是
- A. 基于消费者的整合
B. 协调的整合
C. 形象的整合
D. 关系管理的整合
15. 从海外广告的发展历史来看,广告已进入一个全新的阶段,即
- A. 广告分离期
B. 整合传播期
C. 传播分离期
D. 全面服务期
16. 广告策划的基础是
- A. 市场调查
B. 广告定位
C. 广告创意
D. 广告媒介安排
17. 使用非广告的传播形式提示消费者进行广告回忆,以提高消费者对广告信息的记忆质量,这一整合营销传播的方法是
- A. 同一外观法
B. 主题线方法
C. 供应面的策划方法
D. 特设会议的方法

18. 下列选项,属于组织外在形象的是
- A. 组织目标
 - B. 组织风气
 - C. 典礼仪式
 - D. 组织精神
19. 组织识别系统的核心与原动力是
- A. 制度识别系统
 - B. 行为识别系统
 - C. 视觉识别系统
 - D. 理念识别系统
20. 焦点事件理论的提出者是
- A. 伯克兰
 - B. 格鲁尼格
 - C. 班尼特
 - D. 芬克

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“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 按经营方式,公共关系公司可划分为
- A. 合作型公司
 - B. 独立型公司
 - C. 专项业务服务公司
 - D. 专门业务服务公司
 - E. 综合服务咨询公司
22. 根据关系的稳定程度,公众可划分为
- A. 首要公众
 - B. 临时公众
 - C. 周期公众
 - D. 稳定公众
 - E. 次要公众
23. 影响和改变态度的因素有
- A. 社会因素
 - B. 团体因素
 - C. 宣传因素
 - D. 个性因素
 - E. 态度系统特性因素
24. 流言内容的变化阶段包括
- A. 一般化
 - B. 淡化
 - C. 强调
 - D. 同化
 - E. 差异化
25. 广告活动的构成要素有
- A. 广告主
 - B. 广告代理商
 - C. 广告信息
 - D. 广告媒介
 - E. 广告受众
26. 展览会的特点有
- A. 传播媒介的多样性
 - B. 传播媒介的单一性
 - C. 传播方式的直观性
 - D. 双向沟通的直接性
 - E. 传播过程的高效性

27. 根据公众获取组织信息的媒介渠道,组织形象可划分为
- A. 组织直接形象
 - B. 组织间接形象
 - C. 组织实态形象
 - D. 组织虚态形象
 - E. 组织内在形象
28. 以展出商品的种类为标准,可将展览会划分为
- A. 大型展览会
 - B. 中型展览会
 - C. 小型展览会
 - D. 单一商品展览会
 - E. 混合商品展览会
29. VIS 的构成要素包括
- A. 标志
 - B. 标准字
 - C. 标准色
 - D. 象征图案
 - E. 组织造型
30. 公共关系危机的特征有
- A. 突发性
 - B. 不确定性
 - C. 舆论关注性
 - D. “连锁”破坏性
 - E. “溢出效应”

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、简答题(本大题共6小题,每小题5分,共30分)

- 31. 简述公共关系的功能。
- 32. 简述公共关系公司服务的特点。
- 33. 简述口语传播的优点。
- 34. 简述公共关系策划的特征。
- 35. 简述确定广告主题应注意的事项。
- 36. 简述组织形象策划的基本特性。

四、论述题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)

- 37. 试述公共关系策划的原则。
- 38. 试述因特网的优缺点。

五、案例分析题(10分)

39. 2007年,在某地发生了全国首例手机电池爆炸致死事件。问题手机的制造商未能第一时间采取积极的应对措施。事发10天后,才作出回应,认为爆炸的主要原因是用户在高温条件下长时间错误用机导致的,手机电池仅是次要原因,并在没有权威证据的情况下,宣称该用户手机的电池并非厂家原装电池,舆论哗然。媒体与广大公众普遍认为这是制造商在推卸事件责任,引发了人们更大的质疑。

问题:

- ①运用公共关系相应理论分析该制造商的应对行为存在哪些问题?
- ②公共关系危机管理应遵循哪些原则?