

2025 年 4 月高等教育自学考试

公共关系学试题

课程代码:00182

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. 侧重从公共关系的传播属性来理解公共关系的学者是
A. 雷克斯·哈罗 B. 弗兰克·杰夫金斯
C. 詹姆斯·格鲁尼格 D. 蔡尔滋
2. 公共关系作为一门学科,最早产生于
A. 美国 B. 英国
C. 葡萄牙 D. 荷兰
3. 公共关系的功利意识也可称为
A. 形象意识 B. 沟通意识
C. 互惠意识 D. 创新意识
4. 对公共关系人员职业心理的最基本的要求是
A. 热情的心理 B. 包容的心理
C. 开放的心理 D. 自信的心理
5. 公共关系的工作对象是
A. 群众 B. 公众
C. 民众 D. 大众
6. 对现实的稳定态度和习惯化的行为方式被称为
A. 性格 B. 兴趣
C. 气质 D. 动机



7. “名人广告”、“名流公共关系”所体现的知觉偏见是
 - A. 定型作用
 - B. 晕轮效应
 - C. 首因效应
 - D. 近因效应
8. 影响受传者选择性理解的心理因素包括
 - A. 知识、地位、动机
 - B. 动机、认知、兴趣
 - C. 情感、性格、气质
 - D. 需要、态度、情绪
9. 提出“媒介是人体的延伸”这一观点的学者是
 - A. 巴勒克拉夫
 - B. 麦克卢汉
 - C. 拉斯韦尔
 - D. 伯尼斯
10. 全球范围内最大的信息资源是
 - A. 因特网
 - B. 广播
 - C. 电视
 - D. 报刊
11. 聋哑人的手语、军队的电码等属于
 - A. 物体语言
 - B. 行动语言
 - C. 标记语言
 - D. 肢体语言
12. 公共关系策划的生命力是
 - A. 目标性
 - B. 灵活性
 - C. 思想性
 - D. 创造性
13. 橱窗陈列展览属于
 - A. 大型综合展览会
 - B. 中型展览会
 - C. 小型展览会
 - D. 袖珍展览会
14. 企业对知识竞赛提供的赞助属于
 - A. 赞助教育事业
 - B. 赞助文化事业
 - C. 赞助福利事业
 - D. 赞助科研事业
15. 纵向展览会又称为
 - A. 室内展览会
 - B. 露天展览会
 - C. 单一商品展览会
 - D. 混合商品展览会
16. 规模较大的开放参观活动需要的准备时间是
 - A. 1~3个月
 - B. 3~6个月
 - C. 6~9个月
 - D. 9~12个月
17. 根据公众获取组织信息的媒介渠道,组织形象可分为
 - A. 主导形象和辅助形象
 - B. 正面形象和负面形象
 - C. 内部形象和外部形象
 - D. 直接形象和间接形象
18. 组织识别系统中,传播力量最为具体而直接的是
 - A. 理念识别系统
 - B. 行为识别系统
 - C. 视觉识别系统
 - D. 听觉识别系统
19. 公共关系的长期目标的时间跨度是
 - A. 3年或3年以上
 - B. 4年或4年以上
 - C. 5年或5年以上
 - D. 6年或6年以上
20. 通过图形来表现对危机管理理解的学者是
 - A. 罗伯特·希斯
 - B. 米特罗夫
 - C. 佩尔森
 - D. 泰莱诺尔



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. 以内部业务为标准,可将公关公司划分为
- A. 专项业务服务公司
 - B. 合作型公司
 - C. 独立型公司
 - D. 专门业务服务公司
 - E. 综合服务咨询公司
22. 根据公众对组织的态度,可将公众划分为
- A. 内部公众
 - B. 顺意公众
 - C. 逆意公众
 - D. 边缘公众
 - E. 受欢迎的公众
23. 马斯洛的需要层次理论中的需要层级包括
- A. 生理的需要
 - B. 安全的需要
 - C. 社交的需要
 - D. 尊重的需要
 - E. 自我实现的需要
24. 流言内容的变化所经过的阶段包括
- A. 一般化
 - B. 强调
 - C. 同化
 - D. 遗漏
 - E. 曲解
25. 报纸传播的弱点包括
- A. 时效性差
 - B. 读者的受局限性
 - C. 现场感较差
 - D. 形象感较差
 - E. 不利于检索
26. 广告主题的构成要素包括
- A. 传播方式
 - B. 广告目标
 - C. 信息个性
 - D. 消费心理
 - E. 传播效果
27. 集团头脑风暴的形式包括
- A. 直接头脑风暴法
 - B. 间接头脑风暴法
 - C. 质疑头脑风暴法
 - D. 确信头脑风暴法
 - E. 交互头脑风暴法
28. 公共关系活动的行为方式可以划分为
- A. 建设型公共关系
 - B. 维系型公共关系
 - C. 进攻型公共关系
 - D. 防御型公共关系
 - E. 矫正型公共关系
29. 确定广告主题应注意的事项包括
- A. 引人注目
 - B. 浅显易懂
 - C. 整体统一
 - D. 独特个性
 - E. 共享代言人
30. 展览会的特点包括
- A. 传播媒介的多样性
 - B. 传播媒介的一元性
 - 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



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. 简述媒体组合的具体策略。
32. 简述公关人员的公关意识。
33. 简述组织处理与内部公众关系的艺术。
34. 简述影响人们价值观的因素。
35. 简述广告的商业功能。
36. 简述庆典活动的类型。

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

37. 试述公共关系与人际关系的区别。
38. 试述公共关系危机传播计划围绕传者和受传者展开的过程。

五、案例分析题:10 分。

39. 良好的组织形象是组织最为重要的资源之一,某企业准备进一步开拓新的市场,开发新产品,加强组织形象管理。组织形象管理工作的第一步就是甄别组织的公众对象,测量舆情民意,评价组织形象,在掌握大量信息的基础上寻找差距,确定问题,为组织形象管理指明方向。

如果你是该企业的公关部经理,你将如何开展组织形象调查?

