

2025 年 10 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. 公共关系的行为主体是
A. 相关公众
B. 组织机构
C. 传播沟通媒介
D. 个人
3. 将公关公司划分为合作型公司与独立型公司的标准是
A. 经营方式
B. 内部业务
C. 外部业务
D. 隶属关系
4. 《中华人民共和国职业分类大典》正式颁布的时间是
A. 1986 年
B. 1987 年
C. 1989 年
D. 1999 年
5. 将公众划分为顺意公众、逆意公众和边缘公众的分类标准是
A. 公众对组织的态度
B. 关系的稳定程度
C. 组织的价值取向
D. 公众发展过程的不同阶段
6. 下列公众属于组织内部公众的是
A. 消费者
B. 管理人员
C. 竞争者
D. 社区居民



7. 首次提出心理感应抗拒理论的美国心理学家是
 - A. 法约尔
 - B. 阿基里斯
 - C. 布林
 - D. 麦格雷戈
8. 是思维的“窗口”，并为思维提供感觉信息的心理因素是
 - A. 性格
 - B. 态度
 - C. 需要
 - D. 知觉
9. 马斯洛认为最高层次的需要是
 - A. 生理的需要
 - B. 安全的需要
 - C. 自我实现的需要
 - D. 尊重的需要
10. 认为“媒介是人体的延伸”的学者是
 - A. 麦克卢汉
 - B. 马克思
 - C. 韦伯
 - D. 泰罗
11. 公共关系策划全过程的首要环节是
 - A. 确定目标
 - B. 设计方案
 - C. 选择方案
 - D. 实施方案
12. 公共关系策划的生命力是
 - A. 灵活性
 - B. 程序性
 - C. 时机性
 - D. 创造性
13. 整合营销传播的明显特性是
 - A. 战术连续性与战略连续性
 - B. 战术连续性与战略导向性
 - C. 战术导向性与战略导向性
 - D. 战术导向性与战略连续性
14. 整合营销传播最基础的形式是
 - A. 关系管理的整合
 - B. 功能的整合
 - C. 认知的整合
 - D. 形象的整合
15. 为部队战士提供文体娱乐设施属于
 - A. 展览活动
 - B. 庆典活动
 - C. 赞助活动
 - D. 对外开放活动
16. 组织识别系统中的 BIS 是指
 - 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
17. 下列组织造型或“吉祥物”的设计题材属于产品类的是
 - A. 鳄鱼
 - B. 飞豹
 - C. 山德士老先生
 - D. 米其林轮胎人
18. 组织识别系统的核心与原动力是
 - 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. 危机过程中时间最长的阶段是
- A. 危机潜在期
 - B. 危机蔓延期
 - C. 危机突发期
 - D. 危机恢复期
20. 对危机管理的理解通过图形表现出来的学者是
- A. 佩尔森
 - B. 米特罗夫
 - C. 罗伯特·希斯
 - 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. 公共关系的功能有
- A. 收集信息
 - B. 辅助决策
 - C. 传播推广
 - D. 协调沟通
 - E. 提供服务
22. 组织内部设置公共关系部门的基本模式有
- A. 部门隶属型
 - B. 部门并列型
 - C. 高层领导直属型
 - D. 公共关系委员会
 - E. 公共关系公司
23. 下列公众属于稳定公众的有
- A. 老顾客
 - B. 酒店常客
 - C. 社区居民
 - D. 足球场闹事的球迷
 - E. 飞机误点滞留机场的旅客
24. 公众共同性包括
- A. 共同的利益
 - B. 共同的需求
 - C. 共同的目的
 - D. 共同的意向
 - E. 共同的兴趣
25. 形成知觉偏见的原因主要有
- A. 首因效应
 - B. 近因效应
 - C. 晕轮效应
 - D. 刻板印象
 - E. 蝴蝶效应
26. 传播的对象分析主要包括
- A. 传播对象的分类
 - B. 传播对象的符号
 - C. 传播对象的宣传方法
 - D. 传播对象的心理
 - E. 传播对象的劝服
27. 公共关系活动的行为方式有
- 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



28. 整合营销传播的方法有

- 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
- E. 基于消费者的方法

29. 开幕典礼的一般程序有

- A. 主持人宣布典礼开始
- B. 介绍来宾
- C. 剪彩、题词
- D. 有关领导和来宾致词
- E. 安排其他助兴节目

30. 从展览会的性质看，展览会分为

- A. 宣传展览会
- B. 贸易展览会
- C. 室内展览会
- D. 露天展览会
- E. 袖珍展览会

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. 简述公共关系在我国的发展。
- 32. 简述公关人员的公共关系意识。
- 33. 简述态度的特性。
- 34. 简述追随流行的心理原因。
- 35. 简述公共关系策划的原则。
- 36. 公共关系危机预警机制包括哪些内容？

四、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

- 37. 试述杂志的优点和缺点。
- 38. 试述组织形象的基本特性。

五、案例分析题：10 分。

39. 哈尔滨，一座名副其实的“啤酒之城”。啤酒赋予这座城市灵性与豪气，彰显这座城市的魅力与个性。一百多年的城市历史伴随着百年的啤酒文化氛围，打造出城市的节日——中国·哈尔滨国际啤酒节。该啤酒节每年七月份在哈尔滨举行。某啤酒公司连续几年都派出相关人员及产品参加该啤酒节展览会，他们租用了位置较好的展台，将啤酒、相关图片、图表等展示出来，由本单位一位销售员进行讲解，展览会期间，公司自媒体也同步发布相关信息。但该公司这几年参加展览会都未取得理想效果。

问：该公司在参展期间的相关工作可能存在哪些问题？应采取哪些对策？

