

绝密★启用前

2021年4月高等教育自学考试全国统一命题考试

## 公共关系学

(课程代码 00182)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分,第一部分为选择题,第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答,答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔,书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

### 第一部分 选择题

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. 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. 具体个人
2. 一种影响和制约着组织的政策和行为的经营观念和管理哲学被称为  
A. 公共关系观念  
B. 公共关系状态  
C. 公共关系活动  
D. 公共关系实务
3. 公共关系的过程和方式是  
A. 组织  
B. 传播  
C. 公众  
D. 形象
4. 从管理作用上看,公共关系部门在组织总体中扮演的角色是  
A. 领导  
B. 中介  
C. 监督  
D. 核心
5. 通才式的公关人才可视为  
A. 具体工作人才  
B. 领导型人才  
C. 专业型人才  
D. 辅助型人才
6. 公共关系的客体即公共关系的工作对象是  
A. 民众  
B. 群众  
C. 公众  
D. 大众

7. 传播学中,总体研究范畴的规划者是  
A. 拉斯韦尔  
B. 伯尼斯  
C. 马斯洛  
D. 布林
8. 提出“两级传播论”的美国社会学家是  
A. 弗鲁姆  
B. 阿基里斯  
C. 拉扎斯菲尔德  
D. 林德布鲁姆
9. 人类进入信息传递的第二个媒介形态是  
A. 手抄媒介阶段  
B. 电子媒介阶段  
C. 口语媒介阶段  
D. 印刷媒介阶段
10. 财力、精力花费最少,使用最方便的传媒形式是  
A. 广播  
B. 报纸  
C. 电视  
D. 网络
11. 聋哑人的手语属于  
A. 视觉语言  
B. 行动语言  
C. 标记语言  
D. 物体语言
12. 非语言符号可为其他非语言传播加上某种注解,这体现的非语言传播的特性是  
A. 传播性  
B. 情境性  
C. 可信性  
D. 隐喻性
13. 从全局的高度,用有限的经费,对媒体资源进行合理配置和利用,以取得最佳的信息传播效果的过程是  
A. 媒体选择  
B. 媒体传播  
C. 媒体组合  
D. 媒体规划
14. 公共关系策划的生命力是  
A. 公关策划的目标性  
B. 公关策划的思想性  
C. 公关策划的创造性  
D. 公关策划的时机性
15. 将展览会分为宣传展览会和贸易展览会的标准是  
A. 性质  
B. 场地  
C. 商品种类  
D. 规模
16. 橱窗陈列展览属于  
A. 露天展览会  
B. 中型展览会  
C. 小型展览会  
D. 袖珍展览
17. 企业对知识竞赛提供的赞助属于  
A. 赞助教育事业  
B. 赞助文艺事业  
C. 赞助福利事业  
D. 赞助科研事业
18. 企业赞助环保机构的活动属于  
A. 赞助福利事业  
B. 赞助文化事业  
C. 赞助教育事业  
D. 赞助科研事业
19. 智力激励法又称为  
A. 个人头脑风暴法  
B. 质疑头脑风暴法  
C. 集团头脑风暴法  
D. 直接头脑风暴法

座位号:

姓名:

20. MIS 指的是
- A. 视觉识别系统
  - C. 行为识别系统

- B. 组织识别系统
- D. 理念识别系统

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. 组织内部设置公共关系部门的基本模式有

- A. 部门隶属型
- C. 高层领导直属型
- E. 矩阵型
- B. 部门并列型
- D. 公共关系委员会

22. 公共关系领导人员的特殊工作包括

- A. 确定工作目标与制定工作计划
- C. 出席组织最高领导层的工作会议
- E. 充当组织的外交代表
- B. 领导全体公关工作人员开展工作
- D. 充当组织的发言人

23. 下列属于临时公众的有

- A. 因为飞机航班误点而滞留机场的旅客
- C. 社区居民
- E. 老主顾
- B. 足球场闹事的球迷
- D. “广交会”的来宾

24. 追随流行的心理原因有

- A. 从众
- C. 求新欲望
- E. 自我显示
- B. 模仿
- D. 自我防御

25. 报纸传播的弱点有

- A. 时效性差
- C. 现场感差
- E. 不利于检索
- B. 读者的受局限性
- D. 形象感差

26. 按公共关系活动的作用,可将公共关系目标划分为

- A. 长期目标
- C. 近期目标
- E. 特殊目标
- B. 进攻型目标
- D. 防守型目标

27. 确定广告主题应注意的事项包括

- A. 引人注目
- C. 整体统一
- E. 共享代言人
- B. 浅显易懂
- D. 独特个性

28. 展览会的特点有

- A. 传播媒介的多样性
- C. 传播方式的直观性
- E. 传播过程的高效性
- B. 传播媒介的一元性
- D. 双向沟通的直接性

29. 构成组织内在形象的要素有

- A. 组织目标
- C. 组织精神
- E. 组织名称
- B. 组织哲学
- D. 组织风气

30. 对于危机传播的研究主要集中的学科包括

- A. 传播学
- C. 管理学
- E. 法学
- B. 伦理学
- D. 公共关系学

## 第二部分 非选择题

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

31. 简述公共关系人员的公关意识。
32. 简述公众的特点。
33. 简述态度的形成与改变的制约因素。
34. 简述广告与公共关系的联系。
35. 简述庆典活动的类型。
36. 简述组织自我形象分析的内容。

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

37. 试述媒体组合的目标应满足的要求。
38. 试述质疑头脑风暴法的内容。

五、案例分析题:10 分。

39. 1999 年 6 月,比利时和法国发生了可口可乐中毒事件。整个事件都由设在美国亚特兰大的可口可乐公司总部负责新闻发布。在近一个星期里,公司总部只是在公司网站上粘贴了一份专业调查报告,没有通过媒体向其消费者表示任何对此次事件的关切和其他信息。这种态度导致比利时和法国政府强烈要求可口可乐公司收回所有产品,很多消费者拒绝购买可口可乐产品。请用公共关系危机的相关知识分析该事件。