

2017 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

公共关系学试卷

(课程代码 00182)

本试卷共 4 页，满分 100 分。考试时间 150 分钟。

考生答题注意事项：

1. 本卷所有试题必须在答题卡上作答。答在试卷上无效，试卷空白处和背面均可作草稿纸。
2. 第一部分为选择题。必须对应试卷上的题号使用 2B 铅笔将“答题卡”的相应代码涂黑。
3. 第二部分为非选择题。必须注明大、小题号，使用 0.5 毫米黑色字迹签字笔作答。
4. 合理安排答题空间。超出答题区域无效。

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. 影响和制约组织政策及行为的经营观念、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
2. 最早问世的公共关系学理论书籍是
A. 《修辞学》 B. 《论语》
C. 《大学》 D. 《理想国》
3. 公关意识的核心是
A. 创新意识 B. 长远意识
C. 形象意识 D. 互惠意识
4. 中国公关协会成立的时间是
A. 1965 年 B. 1975 年
C. 1985 年 D. 1987 年
5. “人可以谋人，可以谋事，亦可以谋天，亦可以谋地。谋则变，不谋则不得变，谋则成，不谋则不得成。”说明公关人员应具备
A. 文字和口头表达能力 B. 良好的组织能力
C. 思维和谋划能力 D. 观察能力
6. 企业支持希望工程的活动属于
A. 赞助文化事业 B. 赞助教育事业
C. 赞助福利事业 D. 赞助艺术事业
7. 在公关传播模式中，“5w”模式的提出者是
A. 拉斯韦尔 B. 伯尼斯
C. 马斯洛 D. 布林
8. 某企业为祝贺其被上级政府部门授予某某称号而举行的庆典活动属于
A. 周年庆典 B. 乔迁庆典
C. 重大成果庆典 D. 受到特殊嘉奖庆典
9. 希腊史诗《伊利亚特》、《奥德赛》得以传承保存下来的媒介形式为

-
- A. 口语媒介 B. 手抄媒介
C. 印刷媒介 D. 电子媒介
10. 以客观事实报道和评论为主要内容, 利用印刷文字, 以较短的时间间隔定期发行的一种媒体为
A. 电视 B. 网络
C. 杂志 D. 报纸
11. 公关的行为主体是
A. 相关公众 B. 组织机构
C. 传播沟通媒介 D. 个人
12. 赞助活动深受社会大众喜欢的原因是其具有
A. “利他性”特色 B. “利己性”特色
C. “娱乐性”特色 D. “教育性”特色
13. 决定广告策划成败的关键是
A. 广告效果测定 B. 市场调查
C. 广告媒介安排 D. 广告创意
14. 广告主题的构成要素包括广告目标、信息个性与
A. 广告定位 B. 广告内容
C. 消费心理 D. 传播媒介
15. 以偏概全、以点概面的片面知觉是
A. 首因效应 B. 近因效应
C. 晕轮效应 D. 刻板效应
16. 将展览会分为宣传展览会和贸易展览会的标准是
A. 展览会性质 B. 举办场地
C. 商品种类 D. 举办规模
17. 马斯洛的需要层次论中最高层次需要是
A. 安全的需要 B. 社交的需要
C. 尊重的需要 D. 自我实现的需要
18. 将公关公司划分为专项业务服务公司、专门业务服务公司、综合服务咨询公司所依据的标准是
A. 经营方式 B. 内部业务
C. 外部业务 D. 隶属关系
19. 斯蒂文·芬克提出的危机传播理论是
A. 战略分析理论 B. 阶段分析理论
C. 焦点事件理论 D. 卓越理论
20. 组织识别系统(CIS)中的“MIS”是
A. 理念识别系统 B. 行为识别系统
C. 视觉识别系统 D. 价值识别系统

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. 公关协会的主要活动内容有
A. 联络会员 B. 规范公关道德
C. 专业培训 D. 普及知识
E. 编辑出版刊物
22. 根据公众对组织的态度, 可以将公众划分为

-
- A. 首要公众 B. 次要公众
C. 顺意公众 D. 逆意公众
E. 边缘公众
23. 下列公众属于组织内部公众的有
A. 管理人员 B. 技术人员
C. 生产人员 D. 销售人员
E. 社区居民
24. 展览会的特点有
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
25. 报纸传播的弱点有
A. 时效性差 B. 读者的受局限性
C. 现场感差 D. 形象感差
E. 费用较高
26. 根据公关活动的行为方式, 可将公关活动划分为
A. 建设型公关 B. 维系型公关
C. 进攻型公关 D. 防御型公关
E. 矫正型公关
27. 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. 高深莫测
28. 公关危机预警机制包括
A. 建立信息监测系统 B. 组建危机管理小组
C. 充足的资源保障 D. 制定对外传播时间表
E. 仿真“演习”
29. 根据公众对组织形象因素的关注程度, 可将组织形象划分为
A. 主导形象 B. 辅助形象
C. 直接形象 D. 间接形象
E. 负面形象
30. 公关卓越理论建构所依赖的模型包括
A. 新闻代理模型 B. 公共信息模型
C. 双向非对称模型 D. 双向对称模型
E. 单向非对称模型

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. 简述公关的基本要素。
32. 简述公关的基本功能。
33. 简述口语传播的优点。
34. 组织内设公关部门的基本模式有哪些?
35. 简述媒体组合的优点。
36. 简述广告与公共关系的联系。

四、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

37. 试述公共关系策划书的基本格式。

38. 试述文字传播媒介的优点和缺点。

五、案例分析题：10 分。

39. 在北京申办第 24 届冬季奥林匹克运动会前夕，XX 矿泉水企业打出广告：“从现在起，你每买一瓶 XXX 矿泉水，你就为申奥贡献一分钱”，这就是该企业的“全民申奥一分钱”活动。通过此项活动，该企业年度销售量比上一年度增加 90%，在国内瓶装饮用水市场占有率也跃居到第一位。

运用所学公关知识分析该企业活动的性质并说明该类活动的作用。



绝密★启用前

2017 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

公共关系学试题答案及评分参考

(课程代码 00182)

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. A | 2. A | 3. C | 4. D | 5. C |
| 6. B | 7. A | 8. D | 9. A | 10. D |
| 11. B | 12. A | 13. D | 14. C | 15. C |
| 16. A | 17. D | 18. B | 19. B | 20. A |

二、多项选择题:本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。

- | | | | | |
|-----------|----------|----------|----------|----------|
| 21. ABCDE | 22. CDE | 23. ABCD | 24. ACDE | 25. ABCD |
| 26. ABCDE | 27. ABCD | 28. ABCE | 29. AB | 30. ABCD |

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

31. ①公关的行为主体是组织机构;(1 分)
②公关的沟通对象是相关公众;(1 分)
③公关的工作手段是传播媒介;(1 分)
④公关的过程是信息的双向交流;(1 分)
⑤公关的目标是为组织机构树立良好的公众形象。(1 分)
32. ①收集信息;(1 分)
②辅助决策;(1 分)
③传播推广;(1 分)
④沟通协调;(1 分)
⑤提供服务。(1 分)
33. ①不需要辅助手段,运用简便,易于控制;(2 分)
②双向交流,可做到“有的放矢”; (2 分)
③能释放人的情绪能量,起某种心理平衡作用。(1 分)
34. ①部门隶属型;(2 分)
②部门并列型;(1 分)
③高层领导直属型;(1 分)
④公共关系委员会。(1 分)
35. ①实现了信息的多层次化;(2 分)
②能使信息集中传播;(2 分)
③可带来冲击力的乘积效果。(1 分)

36. ①都以企业的市场营销战略为依据;(2分)

②都以目标公众为对象;(1分)

③都以传播信息为手段;(1分)

④都以形象的塑造为使命。(1分)

四、论述题:本大题共2小题,每小题10分,共20分。

37. ①封面;(1分)

②目录;(1分)

③内容提要;(1分)

④前言;(1分)

⑤环境分析;(1分)

⑥确立目标;(1分)

⑦确定公众;(1分)

⑧公共关系活动的主题及相应的宣传口号;(1分)

⑨实施详案;(1分)

⑩必要说明。(1分)

38. 优点:①传播距离延长、范围大;(2分)

②信息可以保存,不再迅速消逝;(2分)

③信息传递的确切可靠性。(2分)

缺点:①传播速度慢、信息容量小,规模小且成本高;(2分)

②文字信息传递的局限性。(2分)

五、案例分析题:10分。

39. 该活动是一种赞助活动,(2分)即赞助体育活动。(2分)

该活动的作用在于:

①表明自己承担的社会责任;(2分)

②培养与社会公众的良好感情;(2分)

③通过赞助活动做广告。(2分)