

绝密 ★ 考试结束前

全国 2020 年 10 月高等教育自学考试

公关心理学试题

课程代码:00643

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. 把心理测验分为文字测验和非文字测验的标准是
 - A. 测验目的
 - B. 测验性质
 - C. 测验具体方法
 - D. 测验路径
2. 将心理学划分为普通心理学、社会心理学、个体心理学、发展心理学的标准是
 - A. 研究主体不同
 - B. 研究客体不同
 - C. 研究领域不同
 - D. 研究方法不同
3. 具有核心意义的个体特征,最能体现一个人的个性差异的是
 - A. 能力
 - B. 性格
 - C. 气质
 - D. 风度
4. 通常表现为内向,情绪稳定,兴奋性低,反应速度慢的人气质类型属于
 - A. 多血质
 - B. 胆汁质
 - C. 黏液质
 - D. 抑郁质
5. 社会型价值评价体系的中心价值是
 - A. 权力的大小
 - B. 地位的高低
 - C. 生活环境的优劣
 - D. 群体和他人利益
6. 一个人对周围客观事物的意义、重要性的总评价和总看法是
 - A. 需要
 - B. 动机
 - C. 价值观
 - D. 兴趣

7. 在信息沟通过程中,信号传送的方式称为
 - A. 信源
 - B. 信道
 - C. 编码
 - D. 译码
8. 某些经济条件不宽裕的青年在结婚时特别讲排场、摆阔气的心理动机是
 - A. 自我防御
 - B. 标新立异
 - C. 模仿
 - D. 从众
9. 一个人笑了,听到笑声的另一个人也高兴了起来;一个人生气了,另一个人看他生气也激动了起来。这种对公众心理施加有效影响的方法是
 - A. 劝导
 - B. 暗示
 - C. 感染
 - D. 诱引
10. 日常生活中的“随大流”、“人云亦云”等从众现象形成的劝导方式是
 - A. 告知型劝导
 - B. 说服型劝导
 - C. 浸润型劝导
 - D. 逆向型劝导
11. 推动人们去从事某种活动,去满足一定需求的意图、愿望和信念等的心理倾向是
 - A. 动机
 - B. 需求
 - C. 能力
 - D. 价值观
12. 介绍新产品的的设计过程、制作工艺、用途、专家鉴定情况等,属于公关传播内容中的
 - A. 告知性内容
 - B. 命令性内容
 - C. 劝导性内容
 - D. 强制性内容
13. 公关策划的首要原则是
 - A. 公众利益优先
 - B. 尊重客观事实
 - C. 灵活创新
 - D. 目标导向
14. 手势沟通是一种很重要的非语言交往形式,要通过手势表示坦白、无保留,应该
 - A. 双手指尖相合
 - B. 双手相搓
 - C. 双手摊开
 - D. 双手紧握
15. 根据自觉程度,可以将交往分为
 - A. 单向交往和双向交往
 - B. 直接交往和间接交往
 - C. 言语交往和非言语交往
 - D. 有意识交往和无意识交往
16. 公众对组织所持有的评价和行为倾向是
 - A. 公众监督
 - B. 公众态度
 - C. 公众参与
 - D. 公众印象
17. 老人喜欢某一品牌的商品会长期、习惯性购买,而青少年则会在使用一段时间后就更换新的品牌,这体现了
 - A. 兴趣指向差异性
 - B. 兴趣范围的差异性
 - C. 兴趣时间的差异性
 - D. 兴趣强度的差异性
18. 法国的波莫瑞香槟酒公司刊登在杂志上的广告都是黑白色的,他们绝不做彩色广告,该公司应用的公关策划创新思维是
 - A. 强迫联想
 - B. 逆向思维
 - C. 纵向思维
 - D. 发挥自身优势
19. 影响组织凝聚力最直接的因素是
 - A. 组织的目标
 - B. 组织内部冲突的解决
 - C. 组织领导人
 - D. 组织的利益

20. 把所谓的“双向道”哲学思想嫁接入公关,被视为第一个真正的公关实践家是

- A. 利昂·费斯廷格
- B. 爱德华·伯奈斯
- C. 艾宾浩斯
- D. 艾维·李

二、多项选择题:本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 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. 按照群体的构成原则,可将群体分为

- A. 大型群体
- B. 正式群体
- C. 非正式群体
- D. 实际群体
- E. 假设群体

22. 公平理论中的报酬包括

- A. 工资
- B. 奖金
- C. 津贴
- D. 晋升
- E. 名誉

23. 受传者态度改变的心理层次有

- A. 顺从
- B. 反对
- C. 认同
- D. 内化
- E. 逆反

24. 公众印象形成的心理过程包含的阶段有

- A. 引起注意
- B. 产生兴趣
- C. 发挥联想
- D. 形成记忆
- E. 做出判断

25. 预防嫉妒心理的方式有

- A. 不断充实自己
- B. 远离社交场合
- C. 胸襟开阔
- D. 多参加社交
- E. 心态平衡

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、名词解释题:本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分。

- 26. 能力
- 27. 组织形象
- 28. 信息沟通
- 29. 选择性注意
- 30. 角色扮演法

四、简答题:本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分。

- 31. 简述动机的作用。
- 32. 简述流言的特点。
- 33. 意见沟通过程中有哪些环节?
- 34. 公关交往有哪些特征?
- 35. 简述营造组织良好心理氛围的意义。

五、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

36. 试述公益与赞助活动的心理效应及心理策略。

37. 试述公关交往的人际倾向理论。

六、案例分析题:10 分。

38. 一个计算机系的毕业生正急于找工作。一天,他对某杂志社的负责人说:“你们需要编辑吗?”“不需要!”“那么排字工人、校对呢?”“不,我们现在什么空缺也没有了。”“那么,你们一定需要这个东西。”说着他从公文包里拿出一块精致的小牌子,上面写着“额满,暂不雇用。”负责人看了看牌子,微笑着点了点头,说:“如果你愿意,可以到我们广告部工作。”

结合以上案例,谈谈心理定势的首因效应及其作用。