

2022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. 世界上第一所公共关系学院成立的时间是
A. 1937年 B. 1947年
C. 1987年 D. 1991年
2. 《〈中国公共关系职业道德准则〉草拟及实施方案》提出的时间是
A. 1985年 B. 1986年
C. 1987年 D. 1989年
3. 我国第一家公共关系专业公司是
A. 伟达公共关系公司 B. 中国环球公共关系公司
C. 博雅公共关系公司 D. 中国新闻发展公司
4. 社会组织的目标公众中最具权威性的是
A. 社区公众 B. 顾客公众
C. 媒介公众 D. 政府公众
5. 组织与公众形成关系的关键是
A. 公众的相关性 B. 公众的变化性
C. 公众的群体性 D. 公众的共同性
6. “公共关系之父”是
A. 艾维·李 B. 爱德华·伯尼斯
C. 巴纳姆 D. 詹姆斯·格鲁尼格

7. 所有流行项目的最显著特征是
A. 周期性 B. 新奇性
C. 时效性 D. 两极性
8. 团体压力下的顺从现象指的是
A. 自我评价行为 B. 社会逆反行为
C. 自我认知行为 D. 社会从众行为
9. 人类传递信息的第三个媒介形态是
A. 手抄媒介 B. 口语媒介
C. 印刷媒介 D. 电子媒介
10. “5W”模式的提出者是
A. 拉扎斯菲尔德 B. 巴勒克拉夫
C. 库尔特·卢因 D. 哈罗德·拉斯韦尔
11. 公关策划的最后一步是
A. 确定目标 B. 审定方案
C. 编制预算 D. 设计主题
12. 公共关系活动的先导是
A. 策划 B. 传播
C. 危机管理 D. 专题活动
13. 新闻稿的灵魂是
A. 事实 B. 导语
C. 标题 D. 结语
14. 广告策划的基础是
A. 市场调查 B. 广告定位
C. 媒介安排 D. 广告创意
15. 赞助活动的最大特点是
A. 直接性 B. 高效性
C. 利他性 D. 直观性
16. 企业开业典礼中的主要内容是
A. 剪彩 B. 介绍来宾
C. 题词 D. 领导致词
17. “臭名远扬”所揭示的组织形象地位是
A. 高知名度/高美誉度 B. 高知名度/低美誉度
C. 低知名度/高美誉度 D. 低知名度/低美誉度
18. 组织识别系统中最具传播力与感染力的是
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. 危机管理四段论中,时间最长的一个阶段是
A. 危机潜在期 B. 危机突发期
C. 危机蔓延期 D. 危机恢复期
20. 发散式传播所表现的公关危机特征是
A. 马太效应 B. 首因效应
C. 溢出效应 D. 鲶鱼效应

第二部分 非选择题

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. 公共关系观念包括
- A. 形象观念
 - B. 公众观念
 - C. 传播观念
 - D. 服务观念
 - E. 协调观念
22. 组织内设公关部门的特点包括
- A. 了解内情
 - B. 便于协调
 - C. 效率较高
 - D. 成本较低
 - E. 客观公正
23. 组织的外部公众有
- A. 消费者
 - B. 协作者
 - C. 竞争者
 - D. 生产人员
 - E. 销售人员
24. 非正式团体的类型包括
- A. 友谊型
 - B. 同好型
 - C. 工作型
 - D. 自卫型
 - E. 互利型
25. 态度形成与改变的制约因素包括
- A. 社会因素
 - B. 团体因素
 - C. 宣传因素
 - D. 个性因素
 - E. 态度系统特性因素
26. 影响知觉选择性的主观因素包括
- A. 动机
 - B. 兴趣
 - C. 性格
 - D. 气质
 - E. 对象特征
27. 电子媒介包括
- A. 电视
 - B. 电影
 - C. 互联网
 - D. 广播
 - E. 报纸
28. 公关策划书的构成要素包括
- A. 策划的目的
 - B. 策划的缘由
 - C. 策划的方法
 - D. 策划的预算
 - E. 策划组织者
29. 整合营销传播的方法包括
- A. 同一外观法
 - B. 主题线法
 - C. 供应面策划法
 - D. 特设会议法
 - E. 基于消费者法
30. 组织造型的设计题材类型包括
- A. 人物类
 - B. 动物类
 - C. 植物类
 - D. 产品类
 - E. 颜色类

三、简答题:本大题共 6 小题,每小题 5 分,共 30 分。

31. 简述赞助活动的种类。
32. 简述舆论的基本要素。
33. 简述公共关系策划的特征。
34. 简述产品定位的客观依据。
35. 简述展览会的特点。
36. 简述公关危机的特征。

四、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

37. 试述电视传播的优点和缺点。
38. 试述组织形象的构成。

五、案例分析题:10 分。

39. 某品牌矿泉水广告语为:“水是生命之源,水的质量决定生命的质量。我们不生产水,我们只做大自然的搬运工。”该广告一经播出,便引起了公众的广泛关注与共鸣,从而为企业带来了良好的市场效益。

(1) 结合议题设置论,谈谈该广告产生良好市场效益的原因。

(2) 议题设置论的形成基于何种基本观点?