一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

以提高组织知名度、树立组织整体形象为目标的公关广告是

A. 形象广告

B. 公益广告

C. 观念广告

D. 响应广告

标准答案 :

A

2

组织形象管理的最差状态为

A.

低美誉度/高知名度

B.

低知名度/低美誉度

C.

高美誉度/低知名度

D.

高知名度/高美誉度

标准答案 :

A

3

决定广告策划成败的关键是

A. 市场调查

B. 广告定住

C. 广告创意

D. 广告效果测定

标准答案 :

C

试题解析 :

本题主要考查的知识点是广告创意在广告策划中的地位。广告策划包括市场调查、广告定位、广告创意、广告媒介安排、广告效果测定五个方面的内容，其中，广告创意是决定广告策划成败的关键，是广告策划的中心环节。

4

在中国，最为大众化的传播媒介是

A. 报纸

B. 因特网

C. 广播

D. 杂志

标准答案 :

C

5

广告“水是生命之源，请节约用水”属于（）

A.

形象广告

B.

观念广告

C.

响应广告

D.

公益广告

标准答案 :

D

6

所有通过不同营销传播工具在不同媒体上传播的信息都应彼此关联呼应，这体现了整合营销传播的

A. 战略综合性

B. 战术协调性

C. 战略导向性

D. 战术连续性

标准答案 :

D

7

马洛斯需要的五个层次理论中，最高层次需要是（ ）

A.

尊重的需要

B.

自我实现的需要

C.

社交的需要

D.

生理的需要

标准答案 :

B

8

以偏概全、以点带面的片面知觉是

A. 首因效应

B. 近因效应

C. 晕轮效应

D. 刻板效应

标准答案 :

D

9

公共关系危机最为明显的特征是

A. 不确定性

B. 舆论关注性

C. “连锁”破坏性

D. 突发性

标准答案 :

D

10

在一定条件下，多种需要中会有一种最为迫切、起主要支配作用的需要，即

A. 自尊需要

B. 胜任需要

C. 成就需要

D. 优势需要

标准答案 :

D

11

明确意识到自己所面临的问题与特定组织有关，迫切需要进一步了解与该问题有关的所有信息，并开始向组织提出有关的权益要求的公众群体是

A. 首要公众

B. 次要公众

C. 知晓公众

D. 行动公众

标准答案 :

C

12

传播学界认为，在两次世界大战之间的几十年间，关于大众传播威力研究中最流行的观点是（）

A.

魔弹论

B.

有限效果论

C.

适度效果论

D.

最低效果法则

标准答案 :

A

13

市场领导者定位战略所运用的基本原则是

A. 垄断原则

B. 先入为主原则

C. 创新原则

D. 排他原则

标准答案 :

B

14

全心全意为人民服务是政府公共关系的（ ）。

A. 目标

B. 追求

C. 宗旨

D. 方向

标准答案 :

C

15

公共关系(Public Relations)也可称为（）

A.

人际关系

B.

公众关系

C.

团体关系

D.

人群关系

标准答案 :

B

16

肯定与否定、亲近与疏远体现了态度的

A.

社会性

B.

针对性

C.

两极性

D.

协调性

标准答案 :

C

17

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

标准答案 :

C

18

在ⅥS中，应用最广泛，出现频率最多的要素是

A. 标志

B. 标准字

C. 标准色

D. 象征图案

标准答案 :

A

19

国际公共关系协会成立的时间是（）

A.

1955年

B.

1956年

C.

1986年

D.

1987年

标准答案 :

A

20

公关调查中使用最为广泛的方法是（）

A. 民意测验

B. 公众代表座谈会

C. 资料分析

D. 个人走访

标准答案 :

A

21

在公关中，属于“必争之地”的是

A. 顺意公众

B. 逆意公众

C. 边缘公众

D. 目标公众

标准答案 :

C

22

某企业为庆祝该企业产品获得国际博览会金奖而举行的庆典活动属于

A. 开业庆典

B. 周年庆典

C. 重大成果庆典

D. 受到特殊嘉奖庆典

标准答案 :

D

23

某体育运动产品生产企业，以著名球星为其新产品的广告代言人。这一企业主要在树立自己的（）

A.

人员形象

B.

文化形象

C.

媒介形象

D.

标识形象

标准答案 :

D

24

组织的“吉祥物”属于ⅥS中的

A. 标志

B. 组织造型

C. 组织象征图案

D. 标注字

标准答案 :

B

25

企业内刊是企业自行编辑、出版、发行的一种（）

A.

大众媒介

B.

非大众媒介

C.

准大众媒介

D.

超大众媒介

标准答案 :

C

26

提出公共关系策划管理工作方案的“六步工作法”的是

A. 拉斯书尔

B. 麦克卢汉

C. 拉扎斯菲尔德

D. 弗兰克，杰夫金斯

标准答案 :

D

27

下列属于周期公众的是

A. “广交会”的来宾

B. 老主顾

C. 社区居民

D. 机场滞留的旅客

标准答案 :

A

28

公共关系的历史和发展中的公共关系职业化时期是

A. 古代时期

B. 巴纳姆时期

C. 艾维李时期

D. 爱德华伯尼斯时期

标准答案 :

C

29

（）年5月，国家劳动和社会保障部正式出版发行了《国家职业分类大典》，公共关系正式列入其中。

A.

1979

B.

1989

C.

1999

D.

2002

标准答案 :

C

30

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

标准答案 :

B

31

公共关系作为一种职业和一门学科，最早产生于

A. 美国

B. 奥地利

C. 英国

D. 法国

标准答案 :

A

32

从对外公共关系实务工作层次来看，往往被置于最显著位置，甚至被称为对外传播首要公众的是

A. 内部公众

B. 社区公众

C. 顾客公众

D. 媒介公众

标准答案 :

D

33

公共关系的行为主体是

A.

相关公众

B.

沟通媒介

C.

组织机构

D.

顾客

标准答案 :

C

34

“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

标准答案 :

A

35

头脑风暴法的提出者是

A. 奥斯本

B. 西蒙

C. 泰罗

D. 弗洛姆

标准答案 :

A

36

从决策的角度定义危机的学者是

A. 赫尔曼

B. 罗森塔尔

C. 巴顿

D. 20世纪90年代

标准答案 :

A

37

被美国学术界誉为“公共关系的圣经”的著作是

A. 《公众舆论的形成》

B. 《公共关系学》

C. 《有效的公共关系》

D. 《原则宣言》

标准答案 :

C

38

国际公共关系联合会成立于（）

A. 1948年

B. 1955年

C. 1975年

D. 1978年

标准答案 :

B

39

学校利用校庆进行广泛的社会宣传，这一活动表现它重视塑造自己的

A.

社区形象

B.

产品形象

C.

文化形象

D.

环境形象

标准答案 :

C

40

西方公共关系学界认为最早问世的公共关系学理论书籍是

A. 《公关宣言》

B. 《修辞学》

C. 《动机与人格》

D. 《正义论》

标准答案 :

B

41

公关的沟通对象是

A.

个人

B.

组织机构

C.

传播沟通媒介

D.

相关公众

标准答案 :

D

42

组织危机管理的关键是

A. 危机预防

B. 危机管理

C. 危机恢复

D. 仿真“演习”

标准答案 :

A

43

企业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. 形象识别系统

标准答案 :

A

44

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. 罗伯斯•希斯

标准答案 :

B

45

公共关系广告旨在推销

A. 商品品牌

B. 组织形象

C. 商品服务

D. 服务理念

标准答案 :

B

46

在营销传播的所有形式中采用同一颜色、图案及识别符号的方法是

A. 同一外观法

B. 主题线法

C. 供应面策划法

D. 特设会议法

标准答案 :

A

47

一个对某问题享有盛誉的人总比无声誉的人更能引起更多人态度的改变,证明了人

的态度改变影响因素中的

A.

信息本身的作用

B.

说服者的条件

C.

问题排列技巧的作用

D.

知识储备的作用

标准答案 :

B

48

广告信息的“信宿“是

A. 广告主

B. 广告代理商

C. 广告媒介

D. 广告受众

标准答案 :

D

试题解析 :

本题主要考查的知识点是广告信息的“信宿”。广告活动的主要构成要素有广告主、广告代理商、广告信息、广告媒介、广告受众。其中，广告受众是广告信息的“信宿”。

49

现代公共关系传播的本质即组织与公众之间

A. 信息的双向交流

B. 信息的单向交流

C. 是领导与被领导的关系

D. 是管理与被管理的关系从“关系”性质的角度看

标准答案 :

A

50

将公众划分为受欢迎公众、不受欢迎公众和被追求的公众的依据是

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.

组织的内外对象

标准答案 :

C

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

民意测验属于

A. 社会活动型公共关系

B. 征询型公共关系

C. 宣传型公共关系

D. 交际型公共关系

标准答案 :

B

2

整合营销传播最基础的形式是（ ）

A.

形象的整合

B.

协调的整合

C.

认知的整合

D.

功能的整合

标准答案 :

C

3

作为组织公共关系活动的基础，也是组织公共关系活动结果的要素是（）

A.

公共关系语言

B.

公共关系观念

C.

公共关系状态

D.

公共关系舆论

标准答案 :

C

4

某人在组织公关部中主要负责评估组织的形象和公关工作的效果，以寻找出现问题的原因，他属于

A. 公关调查分析人员

B. 公关技术人员

C. 公关计划人员

D. 公关传播人员

标准答案 :

A

5

具有显著的跨文化特征的是

A. 国际公众

B. 名流公众

C. 顾客公众

D. 社区公众

标准答案 :

A

6

组织的“吉祥物”属于ⅥS中的

A. 标志

B. 组织造型

C. 组织象征图案

D. 标注字

标准答案 :

B

7

展览会最正规、最庄重的形式是

A. 博览会

B. 贸易展览会

C. 单一商品展览会

D. 混合商品展览会

标准答案 :

A

8

面访调查的一个主要缺点是（ ）。

A. 调查对象不理解问卷

B. 时间短，难以深入

C. 调查对象易受访问者的主观影响

D. 答案简单，难以深入

标准答案 :

C

9

一切公共关系的先导和核心是公共关系

A. 评估

B. 管理

C. 共关系实施

D. 策划

标准答案 :

D

10

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

标准答案 :

B

11

从决策的角度定义危机的学者是

A. 赫尔曼

B. 罗森塔尔

C. 巴顿

D. 佩尔森

标准答案 :

A

12

决定广告策划成败的关键是（）

A.

广告定位

B.

广告创意

C.

广告诉求

D.

广告调查

标准答案 :

B

13

公共关系通过向社会灌输强烈的（ ）和高度的责任感，以增进社会交往、促使团体合作等活动来促使社会行为得到协调。

A. 环境意识

B. 社会意识

C. 个人意识

D. 集体意识

标准答案 :

A

14

“5W模式”的提出者是（）

A.

拉扎斯菲尔德

B.

拉斯韦尔

C.

麦库姆斯

D.

麦克卢汉

标准答案 :

B

15

公共关系策划的生命力在于其

A. 时机性

B. 程序性

C. 创造性

D. 灵活性

标准答案 :

C

16

广告信息的“信宿“是

A. 广告主

B. 广告代理商

C. 广告媒介

D. 广告受众

标准答案 :

D

试题解析 :

本题主要考查的知识点是广告信息的“信宿”。广告活动的主要构成要素有广告主、广告代理商、广告信息、广告媒介、广告受众。其中，广告受众是广告信息的“信宿”。

17

在公关中，属于“必争之地”的是

A. 顺意公众

B. 逆意公众

C. 边缘公众

D. 目标公众

标准答案 :

C

18

对外开放参观活动首先应该确定的是

A.

目的

B.

规模

C.

人员

D.

时间

标准答案 :

A

19

《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

标准答案 :

D

20

CI最早源于

A. 第一次世界大战前

B. 第一次世界大战至第二次世界大战之间

C. 第二次世界大战至20世纪70年代末

D. 20世纪90年代

标准答案 :

A

21

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

标准答案 :

B

22

态度形成的基础是

A. 认知

B. 情感

C. 意图

D. 情绪

标准答案 :

A

23

横向展览会又称为

A. 混合商品展览会

B. 室内展览会

C. 单一商品展览会

D. 露天展览会

标准答案 :

A

24

组织与公众形成关系的关键是公众的

A. 共同性

B. 变换性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 :

D

25

公共关系主要指

A. 组织与组织之间的信息交流关系

B. 组织与公众之间的信息交流关系

C. 公众与公众之间的信息交流关系

D. 公众与政府之间的信息交流关系

标准答案 :

B

26

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 )p201210

A. 口语媒介阶段

B. 手抄媒介阶段

C. 印刷媒介阶段

D. 电子媒介阶段

标准答案 :

A

27

个人不愿意因为与众不同而感到孤立，从而放弃自己意见的“随大流”行为是

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

标准答案 :

D

28

与组织无关，其观点、态度和行为不受组织的影响，也不对组织产生作用的公众集体，称为（）

A. 非公众

B. 潜在公众

C. 知晓公众

D. 行动公众

标准答案 :

A

29

传播学中，总体研究范畴的规划者是美国人

A. 哈罗德拉斯韦尔

B. 马斯洛

C. 爱德华伯尼斯

D. 哈特曼

标准答案 :

A

30

公关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

标准答案 :

A

31

下列属于周期公众的是

A. “广交会”的来宾

B. 老主顾

C. 社区居民

D. 机场滞留的旅客

标准答案 :

A

32

适用于组织机构的稳定发展时期的公共关系活动方式是

A. 维系型公共关系

B. 建设型公共关系

C. 进攻型公共关系

D. 防御型公共关系

标准答案 :

B

试题解析 :

本题主要考查的知识点是维系型公共关系。公共关系活动的行为方式主要有建设型公共关系、维系型公共关系、进攻型公共关系、防御型公共关系、矫正型公共关系其中，维系型公共关系一般用于组织的稳定发展时期。

33

由于第一印象的强烈影响，产生了知觉的偏见，这被称为（）

A. 首因效应

B. 近因效应

C. 晕轮效应

D. 定型效应

标准答案 :

A

34

新闻发布会是一种

A. 一级传播

B. 二级传播

C. 三级传播

D. 四级传播

标准答案 :

B

35

赞助文化、教育、体育、卫生事业属于

A. 建设型公关

B. 维系型公关

C. 社会活动型公关

D. 征询型公关

标准答案 :

C

36

在公关传播媒介中，有自己的特定读者群，传播者可以面对明确的目标公众制定传播策略的是

A.

杂志

B.

报纸

C.

微博

D.

小道消息

标准答案 :

A

37

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

标准答案 :

A

38

最常见的新闻稿结构是

A. 倒金字塔结构

B. 并列结构

C. 顺时结构

D. 总分总结构

标准答案 :

A

39

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

标准答案 :

B

40

因特网的优点

A. 严谨性

B. 原创性

C. 互动性

D. 权威性

标准答案 :

C

41

公共关系的（行为）主体是

A. 组织

B. 公众

C. 传媒

D. 个人

标准答案 :

A

42

为了加强形象宣传的视觉冲击力，企业可以实施（ ），以加强企业整体形象的个性和统一性。

A. CI战略

B. 发展战略

C. 人才战略

D. CS战略

标准答案 :

A

43

“媒介是人体的延伸”这一观点的提出者是

A. 巴勒克拉夫

B. 麦克卢汉

C. 拉斯韦尔

D. 伯尼斯

标准答案 :

B

44

公共关系正式被纳入组织管理职能的根本标志是

A. 正式公关编制确定

B. 正式公关目标确定

C. 正式公关调查的开始

D. 正式公关预算编制确定

标准答案 :

D

45

公关工作对象中最敏感但又是最重要的部分是

A.

顾客公众

B.

社会公众

C.

媒介公众

D.

内部公众

标准答案 :

C

46

以偏概全、以点带面的片面知觉是

A. 首因效应

B. 近因效应

C. 晕轮效应

D. 刻板效应

标准答案 :

D

47

从对外公共关系实务工作层次来看，往往被置于最显著位置，甚至被称为对外传播首要公众的是

A. 内部公众

B. 社区公众

C. 顾客公众

D. 媒介公众

标准答案 :

D

48

“主体作用于态度对象的行为准备状态”指的是

A.

情感

B.

认知

C.

意图

D.

观念

标准答案 :

C

49

“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

标准答案 :

D

50

标志中国公共关系已得到国家有关部门认可的事件是

A.

国家职业资格工作委员会公共关系专业委员会的成立

B.

全国公关职业审定委员会的成立

C.

公关职业道德准则的出台

D.

公关协会的成立

标准答案 :

A