| **1** | 简述公关的基本要素。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1.公关的行为主体是组织机构。  2.公关的沟通对象是相关公众。  3.公关的工作手段是传播媒介。  4.公关的过程是信息的双向交流。  5.公关的目标是为组织机构树立良好的公众形象。 | |

| **2** | 试述文字传播媒介的优点和缺点。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  优点：1.传播距离延长，范围大；  2.信息可以保存，不再迅速消逝；  3.信息传递的确切可靠性。  缺点：1.传播速度慢，信息容量小，规模小且成本高；  2.文字信息传递的局限性。 | |

| **3** | 组织内设公关部门的基本模式有哪些? |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1.部门隶属型；  2.部门并列型；  3.高层领导直属型；  4.公共关系委员会。 | |

| **4** | 简述媒体组合的优点。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1.实现了信息的多层次化；  2.能使信息集中传播；  3.可带来冲击力的乘积效果。 | |

| **5** | 试述公共关系策划书的基本格式。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1.封面；  2.目录；  3.内容提要；  4.前言；  5.环境分析；  6.确立目标；  7.确立公众；  8.公共关系活动的主题及相应的宣传口号；  9.实施详案；  10.必要说明。 | |

| **6** | 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 |   **标准答案 :** D | |

| **7** | 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.印利媒介 D.电子媒介 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 口语媒介 | | B. | 手抄媒介 | | C. | 印利媒介 | | D. | 电子媒介 |   **标准答案 :** A | |

| **8** | 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 |   **标准答案 :** D | |

| **9** | 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 | |

| **10** | 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 |   **标准答案 :** ABCDE | |

| **11** | 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 | |

| **12** | 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 |   **标准答案 :** ABCD | |

| **13** | 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 |   **标准答案 :** A | |

| **14** | 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 |   **标准答案 :** D | |

| **15** | 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 |   **标准答案 :** B | |

| **16** | 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 |   **标准答案 :** A | |

| **17** | 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 |   **标准答案 :** CDE | |

| **18** | 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 |   **标准答案 :** ABCD | |

| **19** | 简述口语传播的优点。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1.不需要辅助手段，运用简便，易于控制。  2.双向交流，可做到“有的放失”。  3.能释放人的情绪能量，起某种心理平衡作用。 | |

| **20** | 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X X X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 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  该活动是一种赞助活动，即赞助体育活动。  该活动的作用在于：  1.表明自己承担的社会责任；  2.培养与社会公众的良好感情；  3.通过赞助活动做广告。 | |

| **21** | 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 |   **标准答案 :** A | |

| **22** | 中国公关协会成立的时间是 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 1965年 | | B. | 1975年 | | C. | 1985年 | | D. | 1987年 |   **标准答案 :** D | |

| **23** | “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 |   **标准答案 :** C | |

| **24** | 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 |   **标准答案 :** B | |

| **25** | 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 |   **标准答案 :** C | |

| **26** | 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 |   **标准答案 :** A | |

| **27** | 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 |   **标准答案 :** D | |

| **28** | 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 |   **标准答案 :** B | |

| **29** | 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》 |   **标准答案 :** A | |

| **30** | 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 |   **标准答案 :** D | |

| **31** | 简述广告与公共关系的联系。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1.都以企业的市场营销战略为依据；  2.都以目标公众为对象；  3.都以传播信息为手段；  4.都以形象的塑造为使命。 | |

| **32** | 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 |   **标准答案 :** B | |

| **33** | 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 |   **标准答案 :** ABCDE | |

| **34** | 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 |   **标准答案 :** ABCD | |

| **35** | 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 |   **标准答案 :** ACDE | |

| **36** | 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 |   **标准答案 :** ABCD | |

| **37** | 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” |   **标准答案 :** ABCE | |

| **38** | 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 |   **标准答案 :** AB | |

| **39** | 简述公关的基本功能。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1.收集信息。  2.辅助决策。  3.传播推广。  4.沟通协调。  5.提供服务。 | |
| **1** | 组织公关管理中的传播技术因素实际上就是指（     ） |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 媒介技术 | | B. | 媒介体制 | | C. | 经济技术 | | D. | 工作条件技术 |   **标准答案 :** A | |

| **2** | 企业标志在视觉传达中的基本功能是（   ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 传递性 | | B. | 识别性 | | C. | 认同性 | | D. | 亲合性 |   **标准答案 :** B | |

| **3** | 作为舆论主体的公众具有的特点有（         ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 有共同话题 | | B. | 参与议论过程 | | C. | 自发性 | | D. | 松散性 | | E. | 层序性 |   **标准答案 :** ABCDE | |

| **4** | 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 | |

| **5** | 根据公众发展的不同阶段，可以将公众分为（         ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 正式公众 | | B. | 非公众 | | C. | 潜在公众 | | D. | 知晓公众 | | E. | 行动公众 |   **标准答案 :** BCDE | |

| **6** | 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 | |

| **7** | 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 | |

| **8** | 竞选中的各种助选团体、工商业中的集团消费者、订购者属于（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 个体公众 | | B. | 组织公众 | | C. | 内部公众 | | D. | 外部公众 |   **标准答案 :** B | |

| **9** | 发布新闻的原则是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 坚持实事求是 | | B. | 追求新颖 | | C. | 具有轰动效应 | | D. | 强化感染力 |   **标准答案 :** A | |

| **10** | 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 | |

| **11** | 从管理作用看，公关职能部门在组织总体中扮演的是（    ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | “中心”角色 | | B. | “中介”角色 | | C. | “决策”角色 | | D. | “计划”角色 |   **标准答案 :** B | |

| **12** | 公关活动的首要环节是（    ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 公关策划 | | B. | 公关调查 | | C. | 形象设计 | | D. | 公关广告 |   **标准答案 :** B | |

| **13** | 在美国被誉为“公共关系的圣经”的公共关系专著是（      ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 《舆论》 | | B. | 《公众舆论的形成》 | | C. | 《有效的公共关系》 | | D. | 《公共关系学》 |   **标准答案 :** C | |

| **14** | 人们在认识和行为上相对固定的倾向是指人的（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 需要 | | B. | 态度 | | C. | 知觉 | | D. | 心理 |   **标准答案 :** B | |

| **15** | 谈判各方简要亮出自己的基本想法、意图和目的，以求为对方了解，这属于谈判的（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 导入阶段 | | B. | 明示阶段 | | C. | 概说阶段 | | D. | 亮相阶段 |   **标准答案 :** C | |

| **16** | 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 | |

| **17** | 下列属于印刷类大众传播媒介的有（         ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 书籍 | | B. | 电子邮件 | | C. | 电子报纸 | | D. | 报纸 | | E. | 杂志 |   **标准答案 :** ADE | |

| **18** | 公共关系的传播推广职责首先在于（    ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 扩大影响 | | B. | 引导舆论 | | C. | 控制公众 | | D. | 告知公众 |   **标准答案 :** D | |

| **19** | 在公关人员心理素质中，其最基本的要求是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 热情心理 | | B. | 自信心理 | | C. | 开放心理 | | D. | 创新心理 |   **标准答案 :** B | |

| **20** | 假日出现的旅客高峰、招生考试时出现的考生及家长等属于（    ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 目标公众 | | B. | 临时公众 | | C. | 周期公众 | | D. | 稳定公众 |   **标准答案 :** C | |

| **21** | 组织公共关系属于较稳定和安全的状态，则其应处的形象地位是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | 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 |   **标准答案 :** C | |

| **22** | 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 | |

| **23** | 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 | |

| **24** | 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 | |

| **25** | 马斯洛在其需要层次理论中认为，人的最高层次需要是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 安全的需要 | | B. | 社交的需要 | | C. | 自我实现的需要 | | D. | 尊重的需要 |   **标准答案 :** C | |

| **26** | “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 | |

| **27** | 专业的公关人员必须具备的公共关系观念应当包括（         ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 社会意识 | | B. | 公众观念 | | C. | 形象观念 | | D. | 互惠观念 | | E. | 整体意识 |   **标准答案 :** BCD | |

| **28** | 树立组织形象的意义在于（          ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 增强组织的应变能力 | | B. | 组织形象是组织的无形资产 | | C. | 良好的组织形象能够激励士气 | | D. | 良好的组织形象是组织的有形资产 | | E. | 良好的组织形象有利于营造和谐的组织社区环境 |   **标准答案 :** BCE | |

| **29** | 下列属于社会公益活动的有（        ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 设置奖学金 | | B. | 捐赠慈善机构 | | C. | 修建希望小学 | | D. | 资助贫困大学生 | | E. | 资助学术研讨会 |   **标准答案 :** ABC | |

| **30** | 现代“公共关系传播”的本质即组织与公众之间信息的（  ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 沟通 | | B. | 交流 | | C. | 单向交流 | | D. | 双向交流 |   **标准答案 :** D | |

| **31** | 从“喇叭裤”到“健美裤”表明流行的特点具有（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 两极性 | | B. | 新奇性 | | C. | 时效性 | | D. | 周期性 |   **标准答案 :** A | |

| **32** | “传播沟通”是公共关系的本质属性。理解这一命题的角度应当包括（         ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 公共关系的形象性质 | | B. | 公共关系的舆论性质 | | C. | 公共关系的关系性质 | | D. | 公共关系的职能性质 | | E. | 公共关系的学科性质 |   **标准答案 :** CDE | |

| **33** | 公共关系在企业中的作用突出表现在（      ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 内求团结 | | B. | 外求发展 | | C. | 提高企业经济效益 | | D. | 提高产品市场占有率 | | E. | 提高企业发展潜力 |   **标准答案 :** AB | |

| **34** | 堪称最早问世的公共关系学的理论书籍是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 亚里士多德的《修辞学》 | | B. | 儒略·凯撒的《高卢战记》 | | C. | 爱德华·伯尼斯的《公共舆论的形成》 | | D. | 孔子的《春秋》 |   **标准答案 :** A | |

| **35** | 被后人誉为公共关系之父的人是（    ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 爱德华·伯尼斯 | | B. | 森特 | | C. | 巴纳姆 | | D. | 艾维·李 |   **标准答案 :** D | |

| **36** | 影响组织形象的关键因素是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 产品性能 | | B. | 产品包装 | | C. | 产品质量 | | D. | 产品价格 |   **标准答案 :** C | |

| **37** | 在与公众相关的概念中，属传播学、新闻学、广告学中通用的是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 人民 | | B. | 群众 | | C. | 人群 | | D. | 受众 |   **标准答案 :** D | |

| **38** | 情态语言的主体是（     ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 耳语 | | B. | 颈语 | | C. | 眼语 | | D. | 唇语 |   **标准答案 :** C | |

| **39** | 组织公关效果评估中，新闻舆论分析报告主要包括的内容有（         ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 新闻报导趋势分析 | | B. | 新闻报导量分析 | | C. | 新闻报导质分析 | | D. | 新闻报导舆论分析 | | E. | 新闻报导时机分析 |   **标准答案 :** BCE | |

| **40** | 口头语言交流的一般特点有（         ） |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 直接性与随时性 | | B. | 双向性与反馈性 | | C. | 情感性 | | D. | 主观性 | | E. | 真实性 |   **标准答案 :** ABCD | |
| **1** | 社区公众是指 |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 组织内部的公众 | | B. | 组织所有的公众 | | C. | 组织所在地的公众 | | D. | 整个社会的公众 |   **标准答案 :** C | |

| **2** | 广播的优势是 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 传播最迅速 | | B. | 表现力强 | | C. | 可超越国界 | | D. | 图文并茂 | | E. | 感染力强 |   **标准答案 :** ABCE | |

| **3** | CS是对CIS 的发展与替代。（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **4** | 公共关系调研 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  公共关系调研：是运用科学的方法，有计划、有步骤地去考察组织的公共关系状态，收集必要的资料，综合分析相关的因素及其相互关系，以达到掌握组织的情况，解决组织面临的公共关系方面的实际问题为目的的实践活动，是公共关系工作程序的第一步。 | |

| **5** | 公共关系的三个构成要素是社会组织、公众和 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 公共关系意识 | | B. | 企业文化 | | C. | 组织形象 | | D. | 传播 |   **标准答案 :** D | |

| **6** | 伯奈斯公共关系思想的一个重要组成部分是 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 凡宣传皆是好事 | | B. | 投公众所好 | | C. | 公众必须被告知 | | D. | 双向对称 |   **标准答案 :** B | |

| **7** | 调查问卷的试调查是一个不可忽略的环节。（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **8** | 在访谈调查中，调查员应始终站在本组织的立场进行提问。（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **9** | “好酒不怕巷子深”符合公共关系意识。（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **10** | 名牌战略的主要目标是使普通品牌变成名牌，使区域名牌变成全国名牌乃至国际名牌。(   ) |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **11** | 卡特利普对公共关系的主要贡献之一是提出了"投公众之所好"的主张。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **12** | 从总体中不加分类、分组而随机地抽取样本的方法是： |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 分层抽样 | | B. | 简单随机抽样 | | C. | 等距抽样 | | D. | 配额抽样 |   **标准答案 :** B | |

| **13** | 20世纪90年代，劳特朋提出的4C'S 理论的4C 是： |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 消费者的需要与欲求（consumer wants and needs）、企业 (corporate)、方便(convenience )和沟通(communication) | | B. | 消费者的需要与欲求（consumer wants and needs）、成本 (cost)、方便(convenience )和沟通(communication) | | C. | 消费者的需要与欲求（consumer wants and needs）、成本 (cost)、控制(check)和沟通(communication) | | D. | 消费者的需要与欲求（consumer wants and needs）、成本 (cost) 、方便(convenience )和信用(credit) |   **标准答案 :** B | |

| **14** | 公共关系这个概念可以归纳几层含义，包括 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 公共关系是一种状态 | | B. | 公共关系是一种活动 | | C. | 公共关系是一种职业 | | D. | 公共关系是一种意识、观念与思想 |   **标准答案 :** ABCD | |

| **15** | 论述CIS与CS的关系。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  CIS与CS是紧密相关、相辅相成的。是从不同的角度来处理组织与公众的关系。CIS是组织自己完善自己，使公众选择自己。CS是达到公众的满意，使公众继续选择自己。一个是“我使你爱我”。一个是“我让你爱我”。CIS列出横向的公关项目，CS提出纵向的满意标准，使满意度尽可能地细化，量化，是对CIS的推进。CS是CIS基础上对应地达到满意的标准。CIS与CS不是代替与超越的关系，在CIS的系统中加入CS的标准，会使CIS更加富于光彩。两者相加应该是1+1>2的关系。 | |

| **16** | 公共关系活动的主题组成要素用公式可表示为： |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 公关主题=公关目标+公众心理+审美情趣 | | B. | 公关主题=公关目标+公众心理+信息个性 | | C. | 公关主题=公关目标+信息个性+审美情趣 | | D. | 公关主题=公关目标+公众心理+信息个性+审美情趣 |   **标准答案 :** D | |

| **17** | 公众的微观心理定势有\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_、晕轮效应、移情效应和经验效应等 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 首因效应 | | B. | 后因效应 | | C. | 前置效应 | | D. | 成见效应 |   **标准答案 :** A | |

| **18** | 组织识别系统中的灵魂与原动力是指 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 形象识别 | | B. | 行为识别 | | C. | 理念识别 | | D. | 视觉识别 |   **标准答案 :** C | |

| **19** | 各类传播对受者都会产生一定的影响、作用，这就是传播效果。传播效果包括信息层次、情感层次、          、行为层次。 |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 情绪层次 | | B. | 认知层次 | | C. | 态度层次 | | D. | 意志层次 |   **标准答案 :** A | |

| **20** | 公关小姐是公共关系人员的正式代称。（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **21** | 公共关系就是将正常手段卖不出去的东西卖出去。（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **22** | 前提假设是调查问卷设计的基础、问题展开的逻辑起点。（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **23** | 公共关系评估的标准包括几个阶段？其详述其中一个阶段的内容，并举例说明。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  公共关系评估是根据特定的标准，对攻关计划、实施及效果进行检查、评价，以判断其优劣的过程。包括准备阶段的评估、实施过程的评估和实施效果的评估三个阶段。（5分）  如公共关系实施效果的评估标准包括了解公关活动信息的公众数量、改变观点、态度的公众数量、发生期望行为和重复期望行为的公众数量、达到的目标和解决的问题及对社会和文化的发展产生影响。（5分） | |

| **24** | 进行公共关系传播时要遵循的原则有： |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 双向沟通原则 | | B. | 平衡理论原则 | | C. | 综合性原则 | | D. | 有效沟通原则 |   **标准答案 :** ABD | |

| **25** | 观察法的最大优点是其表面性和偶然性（   ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **26** | 一元化品牌战略 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  一元化品牌战略就是指整个企业包括各业务机构(子公司)及其各种产品标志都采取一个名称的战略。 | |

| **27** | 公共关系人员应该具备的能力素质有哪些？ |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  公共关系人员具备的能力素质应包括：   1. 较强的文字和口头表达能力 2. 健全的思维能力 3. 良好的创造能力与学习能力 4. 较强的组织谋划能力 5. 信息采集处理能力与知识管理能力 6. 善于与他人交往的能力 7. 自控、自制和处理危机的应变能力 8. 正确掌握政策、理论的能力 | |

| **28** | 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 | |

| **29** | 公共关系信息采集的内容主要包括： |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 组织的内部信息 | | B. | 组织的外部环境信息 | | C. | 组织的公众信息组织的公众信息 | | D. | 组织的整体形象信息 |   **标准答案 :** ABCD | |

| **30** | 危机的基本特征是： |
| --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | A. | 严重的危害性 | | B. | 突发性 | | C. | 难以预测性 | | D. | 舆论关注性 | | E. | 及时性 |   **标准答案 :** ABCD | |

| **31** | 某啤酒厂制定目标要成为全省啤酒第一品牌。并为此成立了公共关系部，购置了设备，装修了办公室，选派了大学生，但是公关部成立后发现无事可做，于是他们请教了一位公关专家，问该怎么办，专家问他们，“本地哟多少啤酒厂？有多少人喝啤酒？公众是否爱喝你们厂的啤酒？为什么？你们厂是否高过公共关系活动？广告费是多少？效果如何？你们凭什么成为全省第一呢？”对这些问题公关班负责人却答不出来。于是专家说“请先搞清这些问题，然后在开展公关工作。”  案例思考：  （1）请问这位公关专家为什么要公关班负责人先搞清这些问题。其意义喝作用说什么？  （2）专家提出的问题体现该组织在调查中应当结合自身性质调查那些内容？ |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  （1）1、企业要成为当地第一品牌就要进行公关调查；       2、公关调查说公关五步工作法的第一步，说公关策划的前提，不调查就没法策划成功。       3、通过调查可以了解公众对组织的观念、态度，掌握组织的实际形象，发现存在的问题，以便及时对问题进行全面收  深入的了解。  （2）专家提出的问题体现了公关调查的以下内容：   1. 组织的竞争环境 2. 公众的基本情况 3. 公众的态度 4. 公众的动机 5. 公关活动的效果 6. 广告宣传的力度与效果 | |

| **32** | 观察法 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  观察法：是指调查者进入调查现场，用自己的感官及辅助工具，观察和记录调查对象表现，从而获得第一手资料的调查方法。 | |

| **33** | 制造新闻 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  制造新闻：是指经过事先策划，有人为引发的可以引起戏剧性或者是轰动效应的事件，由此引起媒介、舆论的关注和报道。 | |

| **34** | CIS |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  CIS：是组织、企业将其理念、行为、视觉、听觉形象及一切可感受形象实行的统一化、标准化与规范化的科学管理体系。 | |

| **35** | 在公关策划阶段，要形成公共关系活动计划。请阐述公关活动计划的内容。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :**  1）制定目标系统  2）确定公众  3）确定主题  4）选择公共关系活动模式  5）选择公共关系活动的媒介  6）确定时间  7）确定空间  8）公共关系经费预算。 | |
| **1** | 宴席桌次高低以（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| **标准答案 :** 离主桌远近而定，右高左低 | |

| **2** | 做他人介绍时，遵循尊者有优先知情权的原则。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **3** | 赞助研究应该从（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）入手。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 形象战略 | |

| **4** | 组织开业或庆典活动，应遵循（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）的原则。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 热烈、隆重和节约 | |

| **5** | 参观过程中可向公众分发一些小型纪念品，最好是本组织制造或刻印有（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）的纪念物。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 组织名称 | |

| **6** | 在中国是男主人为主，西方是（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。招呼的方法是将餐巾拿起来，意为“可以用餐了” |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 女主人为主 | |

| **7** | 喝茶（咖啡）时，通常牛奶、白糖单放。喝时右手扶杯，左手端碟。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **8** | 公共关系礼仪还构成（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）的重要因素。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 组织形象 | |

| **9** | 个人礼仪是一切礼仪的起点，良好的举止是由许多（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）构成的。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 细节 | |

| **10** | 握手的礼仪程序是尊者后伸手为礼。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **11** | 宴会为正餐，分为（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 国宴、正式宴会、便宴和家宴 | |

| **12** | 国际通常礼宾次序的原则是“面对墙壁‘左为上’”；“面对方位物( \_\_\_\_\_\_\_\_ )；( \_\_\_\_\_\_\_\_ )。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** ‘左为上’”  “自己是主人‘右为上’” | |

| **13** | 顺时针检阅仪仗队时，客人在主人右手。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **14** | 双方交换名片时，最好右手递，右手接。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **15** | 记者会必须要有恰当的新闻（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ），选择最佳的时机，尽量满足记者们的合理要求。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 由头 | |
| **1** | 信宿是信息的接受者。它是传播的目标，在传播活动中没有主动权，但在对传播信息的接收上则有（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| **标准答案 :** 决定权 | |

| **2** | 危机爆发往往可以提高知名度，处理得好可以借助（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ），拓展市场化危为机。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 危机管理 | |

| **3** | 传播的种类包括（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 自身传播、人际传播和大众传播 | |

| **4** | 面对媒介要学会（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ），每次发布不要多于（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）核心信息。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 提炼核心信息  三个 | |

| **5** | 危机管理的最高境界就是（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 化危为机 | |

| **6** | 宣传型公共关系活动模式是运用大众传播媒介和内部沟通方法，开展宣传工作，树立良好组织形象的公关活动模式。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **7** | 凡是与消费者有关的一切活动都可以纳入营销的范围，（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）被提上议事日程。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 整合营销传播 | |

| **8** | 议题管理是现代公共关系传播工作的重要内容。议题通常是指大众关注的问题或大事件。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **9** | 人际交往主要有四大误区( \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 以貌取人、主观判断、晕轮效应和认识偏差 | |

| **10** | 在现代社会，人们越来越依赖（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 大众传播媒介 | |

| **11** | 公共关系的一个基本功能就是采集信息、监测环境，（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）是监测的重点之一。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 舆情 | |

| **12** | 要预防危机爆发，就要从对（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）开始。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 风险的管理 | |

| **13** | 危机管理更重要的职能是在危机管理过程中对组织形象的塑造、维护与修复。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **14** | 谨慎是处理危机的第一原则。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **15** | 公共关系最重要的基本功是制造新闻。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |
| **1** | 公共关系主要作用于公众的（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ），公关策划离开公众就是无的放矢。 |
| **标准答案 :** 心理情感环境 | |

| **2** | EIS也称听觉形象统一化，它主要作用于公众的听觉。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **3** | 一般情况下，组织主要是基于自己的优势因素来考虑选择品牌战略的。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **4** | “五名”战略，“五名”即名人、名品、名地、名门、名事。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **5** | （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）是指公关策划所要传播的信息要具有鲜明的个性。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 信息个性 | |

| **6** | （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）也称“策划新闻”，是真的做出来，不仅仅是纸上谈兵。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 制造新闻 | |

| **7** | 公关策划本身是为（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）的，解决问题是公共关系的天职 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 组织目标服务 | |

| **8** | 公关策划是一个多维的有机整体，同时还要加上时间维，是一个（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 动态的系统工程 | |

| **9** | 公共关系属于智慧产业，策划是最能展示（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）的过程。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 智慧 | |

| **10** | 美国专家艾克说过，（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ），其实就是善于利用品牌名称的价值。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 品牌资产的管理实务 | |

| **11** | CIS的构成要素有五个，分别是（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** MIS理念识别系统BIS行为识别系统 VIS视觉识别系统AI | |

| **12** | 优秀的企业理念系统=企业目标+组织心理+信息个性+审美情趣。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **13** | 评估一个策划方案首要的依据是看其信息量多大，智慧含量多少。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **14** | 公关计划必须经过本组织领导审核和批准，有时还应向（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 有关政府部门申报 | |

| **15** | 公共关系目标按过程分类，可分为（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 有效目标、备用目标和追踪目标 | |
| **1** | 形象、品牌、CIS、企业文化都被称作“一把手工程”。 |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **2** | 调研结果摘要是相当重要的报告内容，摘要应简短，一般不超过报告内容的( \_\_\_\_\_\_\_\_ ) |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 1/5 | |

| **3** | 深度访谈法是一种无结构、直接的和个人化的方法。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **4** | 信息向度指（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 采集信息的方向与范围 | |

| **5** | （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）也起源于民意测验，现在是社会调查中最常用的资料搜集方法。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 问卷调查 | |

| **6** | 调查问卷的印制份数可以参阅以下公式 （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 调查对象份数=研究对象人数/回复率X有效率 | |

| **7** | 实验调查法分为（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 事前事后对比实验法和控制组实验组对比实验法 | |

| **8** | 公关信息采集“六度”要求，即采集信息要 （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 宽度大、向度明、精度准、真度强、融度高、速度快 | |

| **9** | 观察法可以分为（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）两种。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 参与观察与非参与观察 | |

| **10** | 标准化访谈要求选择调查对象的标准、调查的问题、调查问题的提法及 （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）必须是统一的。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 编排顺序、访员的提问方式和记录方式 | |

| **11** | 公共关系评估控制着公关实践的每个活动和每个环节。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **12** | 文献调查法往往是一种先行的调查方法，可以作为调查结论的现实依据。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **13** | 设计调研方案的基本原则有实用性原则、时效性原则、经济性和弹性原则。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **14** | 公关调研的基本程序分为以下四个步骤 （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 制定调研方案、设计调研方法、收集调研资料、处理调研结果 | |

| **15** | 形象地位测量主要可以通过科学调研方法了解组织的（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）情况， 可以用组织形象地位图表示。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 知名度和美誉度 | |
| **1** | 古罗马统治者凯撒的 （《   》） \_\_\_\_\_\_\_\_ 公共关系专家称为“第一流的公共关系著作”。 |
| **标准答案 :** 高卢战记 | |

| **2** | （   \_\_\_\_\_\_\_\_     ）是公关传播工作的核心。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 塑造形象的意识 | |

| **3** | “公共关系”简称“公关”，英文是（ \_\_\_\_\_\_\_\_ ），简称（   \_\_\_\_\_\_\_\_     ） |
| --- | --- |
| **标准答案 :** public relations  PR | |

| **4** | （ \_\_\_\_\_\_\_\_     ） 是公共关系的最基本问题。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 与公众的关系 | |

| **5** | “情绪智商”是美国耶鲁大学心理学家彼得.塞拉维和新罕布什尔大学的约翰.梅耶于 （ \_\_\_\_\_\_\_\_ ）年提出的。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 1990 | |

| **6** | 1999年5月，国家劳动和社会保障部正式出版发行了部颁《国家职业分类大典》 ， 公共关系正式列入其中。这标志着国家（  ）。 \_\_\_\_\_\_\_\_ |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正式承认公共关系行业 | |

| **7** | 公关人员时公共关系事业的主力，是组织形象的主要策划者和传播者。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **8** | 1904年美国人艾维.李成立宣传事务所，他被称为 \_\_\_\_\_\_\_\_ 。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 公关之父 | |

| **9** | 根据公众对组织的态度，可将公众分为 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 、 \_\_\_\_\_\_\_\_ 。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 顺意公众  逆意公众  边缘公众 | |

| **10** | 著名科学家霍金曾说过：“提出一个问题往往比解决一个问题更重要， 因为解决也许只是一个数学上或实验上的技能而已……” |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **11** | 公共关系社团泛指为实现某种目标组织起来的从事公共关系理论研究和 实务活动的群众团体，是营利性组织。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 错误 | |

| **12** | 公关人员要成为危机的“消防员”，也应成为预见和控制危机的“预警者”。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |

| **13** | 早在20世纪50年代罗瑟.瑞夫斯 提出（   ） （unique  sales  point,简称USP）。“定位是你对未来的潜在顾客心智所下的工夫。 也就是把产品定位在你未来潜在顾客的心中。” \_\_\_\_\_\_\_\_ |
| --- | --- |
| **标准答案 :** “独具的销售主张 ” | |

| **14** | 公共关系五步工作法具体指（ ） （ ） （ ） （ ） （ ）。 \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_ |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 调查  策划  论证  实施  评估 | |

| **15** | 公共关系研究组织与公众关系的发展规律，而人际关系研究人与人关系的发展规律。 |
| --- | --- |
| **标准答案 :** 正确 | |