一、单选题 （本大题共20小题，每小题1分，共20分）

1

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

2

橱窗陈列展览和流动车展属于

A. 大型的综合展览会

B. 中型展览会

C. 小型展览会

D. 袖珍展览

标准答案 :

D

3

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

4

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

5

当组织“臭名远扬”时，组织的实际形象状态为

A.

高知名度／高美誉度

B.

高美誉度／低知名度

C.

低知名度／低美誉度

D.

低美誉度／高知名度

标准答案 :

D

6

公共关系策划的最后一步是

A. 审定方案

B. 编制预算

C. 选择传播渠道

D. 公众研究

标准答案 :

A

7

适用于组织机构稳定、顺利发展时期的公共关系是

A. 进攻型公关

B. 防御型公关

C. 矫正型公关

D. 维系型公关

标准答案 :

D

8

组织处于公关危机时期适宜采用的公关方式是

A. 进攻型公关

B. 防御型公关

C. 矫正型公关

D. 维系型公关

标准答案 :

B

9

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

10

一企业有一新产品刚投放市场，这个时候它应该选择的公关行为方式

A. 建设型公关

B. 维系型公关

C. 进攻型公关

D. 征询型公关

标准答案 :

A

11

广告活动的行为主体是

A. 媒体

B. 点子公司

C. 广告代理商

D. 广告主

标准答案 :

D

12

首次提出心理感应抗拒理论的心理学家是

A. 马斯洛

B. 阿什

C. 霍夫兰

D. 布林

标准答案 :

D

13

战争、商战、起义等在舆论对象中属于

A. 社会事件

B. 社会问题

C. 社会冲突

D. 社会运动

标准答案 :

C

14

在需要层次论中，归属和爱的需要为中间层次，是指

A. 社交需要

B. 安全需要

C. 生理需要

D. 自尊需要

标准答案 :

A

15

决定公众性质的是公众的

A. 共同性

B. 变化性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 :

A

16

关系到组织生死存忘，决定组织的成败公众是

A. 非公众

B. 潜在公众

C. 行动公众

D. 首要公众

标准答案 :

D

17

公共关系对象的总称是

A. 群众

B. 受众

C. 公众

D. 民众

标准答案 :

C

18

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

19

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

20

英国公关学者弗兰克．杰夫金斯为公共关系所下的定义属于公共关系的

A. 管理说

B. 传播管理说

C. 协调说

D. 传播说

标准答案 :

D

二、多选题 （本大题共17小题，每小题2分，共34分）

21

组织自我形象分析包括

A. 公众辨认和分析

B. 组织实态的调查分析

C. 员工阶层的调查研究

D. 管理阶层的调查分析

E. 决策阶层的研究分析

标准答案 :

BCDE

22

组织的形象构思与策划成功与否取决于

A. 心理与环境的协调与平衡

B. 组织利益与公众利益的协调与平衡

C. 总体形象与特定形象的协调与平衡

D. 计划与预算的协调与平衡

E. 知名度与美誉度的协调与平衡

标准答案 :

BCE

23

下列公关活动属于宣传性公共关系的有

A. 展览会

B. 展销会

C. 联欢会

D. 座谈会

E. 新闻发布会

标准答案 :

ABE

24

依据赞助对象，赞助活动可分为

A. 赞助企业

B. 赞助新闻出版和文化艺术事业

C. 赞助教育和科研事业

D. 赞助福利事业和受灾地区

E. 赞助壮举

标准答案 :

BCD

25

根据公共关系工作的业务类型，可将公共关系活动划分为

A. 交际型公共关系

B. 宣传型公共关系

C. 服务型公共关系

D. 进攻型公共关系

E. 征询型公共关系

标准答案 :

ABCE

26

公共关系策划的特征有

A. 目标性

B. 思想性

C. 创造性

D. 程序性

E. 灵活性

标准答案 :

ABCDE

27

下列选项属于新闻要素的有

A. 何时

B. 何人

C. 何地

D. 何因

E. 何事

标准答案 :

ABCDE

28

下列选项属于交际型公关的有

A. 消费培训

B. 慈善活动

C. 问卷调查

D. 工作餐会

E. 专访

标准答案 :

DE

29

形成知觉偏见的原因主要有

A.

首因效应

B.

晕轮效应

C.

近因效应

D.

蝴蝶效应

E.

刻板效应

标准答案 :

ABCE

30

影响受众选择性注意的主要因素有

A.

对比

B.

强度

C.

位置

D.

重复

E.

变化

标准答案 :

ABCDE

31

受众选择“3S”论中的“3S”是指

A. 选择性标识

B. 选择性记忆

C. 选择性注意

D. 选择性理解

E. 选择性分析

标准答案 :

BCD

32

以内部业务为标准可将公关公司划分为

A. 专项业务服务公司

B. 合作型公司

C. 独立型公司

D. 专门业务公司

E. 综合服务咨询公司

标准答案 :

ADE

33

公共关系协会的主要活动内容一般包括

A. 联络会员

B. 专业培训

C. 普及知识

D. 规范本行业职业道德及行为准则

E. 编辑出版刊物

标准答案 :

ABCDE

34

组织内部设置公关机构的基本模式有

A. 部门隶属型

B. 部门并列型

C. 高层领导直属型

D. 公共关系委员会

E. 公共关系公司

标准答案 :

ABCD

35

除形象观念外，公共关系观念还应当包括

A. 服务观念

B. 互惠观念

C. 协调观念

D. 传播观念

E. 公众观念

标准答案 :

ABCDE

36

公共关系学中三个最基本的概念是

A. 组织

B. 公众

C. 群众

D. 传播沟通

E. 方式

标准答案 :

ABD

37

下列有关艾维．李这一公共关系代表人物的表述正确的有

A. 是公共关系之父

B. 创办了世界上第一家公关性质的公司

C. 提出了“公众必须被告知”的命题

D. 使公共关系学科化

E. 首创了“公共关系”这一专门职业

标准答案 :

ABCE

三、名词解释题 （本大题共5小题，每小题3分，共15分）

38

政府行为模式

标准答案 :

是政府组织所有成员从事服务所表现出的基本行为趋向和基本行为方式，它通过一系列的基本行为规范得以体现。

39

整合营销传播

标准答案 :

.整合营销传播的核心思想是将与企业进行市场营销有关的一切传播活动一元化。一方面，把广告公共关系的一切传播活动都涵盖到广告活动范围之内；另一方面，使企业能够将统一的传播资讯传达给消费。

40

公共关系社会效益评价

标准答案 :

是借助于“费用效应分析”，就企业组织与社会公众的有关活动事项作出正反两方面的分析报告，用一定货币量来反映和衡量公关的社会效益。

41

内部公众

标准答案 :

指组织内部的成员群体组成的，承担着组织的角色的公众。

42

组织

标准答案 :

是公共关系活动的主体，即公共关系的承担者、实施者、行为者。组织是公共关系活动的三个最基本的要素之一。

四、简答题 （本大题共3小题，每小题5分，共15分）

43

简述态度的特性。

标准答案 :

态度的特性包括：

1，社会性；态度产生于社会，指向并作用于社会。

2，针对性；都有其相对应的特定对象；

3，协调型：构成态度的因素之间是协调一致的；

4，稳定性；态度一旦形成，将稳定一段时间不会改变；

5，两极性；对事物往往有相互对立的极端态度；

6，间接性；是行为表现前的心理状态，行为的准备状态；

44

简述公共关系策划的原则。

标准答案 :

公共关系策划需要遵循五原则：

利益性原则；事前弄清楚组织公共关系行为的深层动机；

客观性原则；使自己的主观意志自觉地，能动地符合客观实际；

系统性原则；把公关活动作为一个系统来考虑。

可行性原则；策划方案可以实施，并能够取得有效的效果；

灵活性原则。公关策划要有相应的弹性，应对变化的环境。

45

简述组织内设公关部门的基本模式。

标准答案 :

1，部门隶属制；附属于组织的某个职能部门，最好的是隶属于办公室。

2，部门并列制；公关部门与组织的其他职能部门平行，处于同一层次；

3，高层领导直属制；作为三级机构，不隶属于某个二级机构，直属组织最高领导。

4，公共关系委员会。有组织领导牵头，各职能部门负责人共同组织公共关系工作协调委员会，统一指导和协调全局公关活动。

五、论述题 （本大题共2小题，每小题8分，共16分）

46

试述传播媒介的选择原则。

标准答案 :

（1）根据目标受众的特点选择传播媒介

受众是传播的目标和对象，是信息的最终归宿。公共关系人员的一切传播最终都以受众是否接受、接受多少信息作为评判是否成功的依据。在激烈竞争的市场经济社会里，受众对组织的认同程度更是关系到组织的生死成败。因此，对受众的研究和考察成为一种必需。

（2）根据特性及影响力选择传播媒介

不同的媒体有不同的特性，不同特性的媒体适宜刊播不同的信息。在选择媒体时，除了要考虑媒体的特性外，更要注意它的影响力。因为媒体尤其是大众传播媒体具有“授予地位”的功能。声誉好、影响力大的媒体能使你所要传递的信息“大放异彩”。

（3）根据信息的特点选择传播媒介

作为传播的内容，不同的信息有不同的特点。具有不同特点的信息宜采用符合信息特点的媒体。

（4）根据竞争对手的媒介运用状况选择传播媒体

任何一种信息的传播，都会在类似信息的轰炸中销蚀公众的注意力资源，商品广告的传播更会如此。为了在激烈的竞争中胜出，组织信息的媒体传播就必须考虑其竞争对手的媒体选择，就不得不与竞争对手展开“信息战”。

（5）根据讲求经济效益的原则选择传播媒介

目前，在我国经济实力非常雄厚的社会组织不是很多。通常情况下，组织只能拨出极小部分的资金去开展公共关系工作。公共关系经费的短缺，要求公共关系人员应善于利用各种传播媒介。

47

试述组织形象调查的过程。

标准答案 :

第一环节、组织自我形象分析

组织自我形象即一个组织自己所期望建立的社会形象。组织形象管理工作首先需要通过组织内部的调查分析，了解组织的我评价，揭示组织对组织形象管理工作的期望值，这是组织形象管理调查的第一个环节。

自我形象分析包括以下几个方面： (一)组织实态的调查分析 (二)员工阶层的调查研究 (三)管理阶层的调查分析 (四)决策阶层的研究分析

第二环节、组织实际形象分析

组织实际形象即组织的实际状态和行为在公众舆论中的投影、反映，亦即社会公众和社会舆论对组织实际状态和行为的认知和评价。 (一)公众辨认与分析 (二)组织形象地位测量 （三）组织形象要素分析；

第三环节、组织形象差距分析

组织形象差距分析即将组织的实际形象与组织的自我形象作比较分析，揭示二者之间的现实差距，指明组织形象管理工作的目标和任务。可借助于“形象要素差距图”进行组织形象差距分析。

一、单选题 （本大题共8小题，每小题1分，共8分）

1

“名人广告”、“名流公关”利用了知觉偏见中的

A. 近因效应

B. 晕轮效应

C. 定型作用

D. 首因效应

标准答案 :

B

2

在知觉偏见产生的原因中，最近或最后印象的强烈影响被称为

A. 近因效应

B. 晕轮效应

C. 定型作用

D. 首因效应

标准答案 :

A

3

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

4

首次提出心理感应抗拒理论的心理学家是

A. 马斯洛

B. 阿什

C. 霍夫兰

D. 布林

标准答案 :

D

5

马斯洛认为最高层次的需要是

A. 自我实现的需要

B. 安全需要

C. 自尊需要

D. 生理的需要

标准答案 :

A

6

反映人们某种要求、期望、未实现的梦想以及未满足需求的流言是

A. 愿望流言

B. 恐怖流言

C. 攻击流言

D. 喜悦流言

标准答案 :

A

7

战争、商战、起义等在舆论对象中属于

A. 社会事件

B. 社会问题

C. 社会冲突

D. 社会运动

标准答案 :

C

8

在需要层次论中，归属和爱的需要为中间层次，是指

A. 社交需要

B. 安全需要

C. 生理需要

D. 自尊需要

标准答案 :

A

二、多选题 （本大题共7小题，每小题2分，共14分）

9

影响受传者选择性理解的心理因素主要包括

A. 需要

B. 态度

C. 环境

D. 教育

E. 情绪

标准答案 :

ABE

10

一般而言，把关人的传播行为主要包括

A. 宣传

B. 疏导

C. 抑制

D. 教育

E. 交流

标准答案 :

BC

11

非语言传播符号包括

A. 身势语言

B. 情态语言

C. 电子邮件

D. 电视画面

E. 无线电波

标准答案 :

ABE

12

受众选择“3S”论中的“3S”是指

A. 选择性标识

B. 选择性记忆

C. 选择性注意

D. 选择性理解

E. 选择性分析

标准答案 :

BCD

13

根据受众对象不同，报刊可分为

A. 综合性报刊

B. 专门性报刊

C. 组织报刊

D. 社会报刊

E. 大众报刊

标准答案 :

CE

14

影响受众选择性注意的主要因素有

A.

对比

B.

强度

C.

位置

D.

重复

E.

变化

标准答案 :

ABCDE

15

形成知觉偏见的原因主要有

A.

首因效应

B.

晕轮效应

C.

近因效应

D.

蝴蝶效应

E.

刻板效应

标准答案 :

ABCE

一、单选题 （本大题共8小题，每小题1分，共8分）

1

组织所在地的区域关系对象被称为

A. 内部公众

B. 顾客公众

C. 媒介公众

D. 社区公众

标准答案 :

D

2

组织最重要的基本目标公众是

A. 媒介公众

B. 社区公众

C. 顾客公众

D. 内部公众

标准答案 :

D

3

被筛选出来的能成为公共关系工作的中心对象称为

A. 目标公众

B. 外部公众

C. 组织公众

D. 内部公众

标准答案 :

A

4

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

5

组织与公众形成关系的关键是公众的

A. 共同性

B. 变化性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 :

D

6

公共关系对象的总称是

A. 群众

B. 受众

C. 公众

D. 民众

标准答案 :

C

7

决定公众性质的是公众的

A. 共同性

B. 变化性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 :

A

8

关系到组织生死存忘，决定组织的成败公众是

A. 非公众

B. 潜在公众

C. 行动公众

D. 首要公众

标准答案 :

D

二、多选题 （本大题共7小题，每小题2分，共14分）

9

公共关系人员应该具备的心理素质有

A. 积极的心理

B. 自信的心理

C. 热情的心理

D. 开放的心理

E. 执着的心理

标准答案 :

BCD

10

公关人员在工作中应该遵守的道德规范有

A. 公正

B. 正派

C. 对社会负责

D. 真实

E. 保密

标准答案 :

ABCDE

11

以内部业务为标准可将公关公司划分为

A. 专项业务服务公司

B. 合作型公司

C. 独立型公司

D. 专门业务公司

E. 综合服务咨询公司

标准答案 :

ADE

12

根据公众发展过程的不同阶段，公众可分为

A. 非公众

B. 潜在公众

C. 首要公众

D. 知晓公众

E. 行动公众

标准答案 :

ABDE

13

组织内部设置公关机构的基本模式有

A. 部门隶属型

B. 部门并列型

C. 高层领导直属型

D. 公共关系委员会

E. 公共关系公司

标准答案 :

ABCD

14

根据关系的重要程度，可将公众分为

A. 优先公众

B. 目标公众

C. 临时公众

D. 首要公众

E. 次要公众

标准答案 :

DE

15

公共关系协会的主要活动内容一般包括

A. 联络会员

B. 专业培训

C. 普及知识

D. 规范本行业职业道德及行为准则

E. 编辑出版刊物

标准答案 :

ABCDE

一、单选题 （本大题共8小题，每小题1分，共8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

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

3

组织的门面、招牌、橱窗等属于

A. 组织的管理形象

B. 组织的环境形象

C. 组织的社区形象

D. 组织的文化形象

标准答案 :

B

4

组织的自我形象是其

A. 实际的社会形象

B. 公众形象

C. 期望建立的社会形象

D. 过去已建立的社会形象

标准答案 :

C

5

标志在VIS中处于

A. 核心与领导地位

B. 辅助地位

C. 重要地位

D. 中心地位会

标准答案 :

A

6

CIS的核心与原动力是

A. VIS

B. BIS

C. MIS

D. NIS

标准答案 :

C

7

行为识别系统简称

A. DIS

B. CIS

C. BIS

D. IC

标准答案 :

C

8

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

二、多选题 （本大题共7小题，每小题2分，共14分）

9

可能引发公关危机的情形有

A. 产品质量不合格

B. 知假售假

C. 经济合同纠纷

D. 严重的自然灾害

E. 针对组织的失实新闻报导

标准答案 :

ABDE

10

测定组织实际形象地位最基本的指标有

A. 知名度

B. 普及性

C. 规模性

D. 美誉度

E. 凝聚力

标准答案 :

AD

11

下列有可能引起危机的突发事件有

A. 大地震

B. 传染病流行

C. 瓦斯爆炸

D. 重大盗窃案件

E. 产品自身存在严重缺陷

标准答案 :

ABCE

12

构成组织外在形象的要素有

A. 组织的名称

B. 商标

C. 组织目标

D. 产品的外观

E. 典礼仪式

标准答案 :

ABDE

13

下来属于视觉识别系统（vis）的有

A. 座右铭

B. 企业标志

C. 企业名称

D. 经营策略

E. 经营信条

标准答案 :

BC

14

组织自我形象分析包括

A. 公众辨认和分析

B. 组织实态的调查分析

C. 员工阶层的调查研究

D. 管理阶层的调查分析

E. 决策阶层的研究分析

标准答案 :

BCDE

15

组织的形象构思与策划成功与否取决于

A. 心理与环境的协调与平衡

B. 组织利益与公众利益的协调与平衡

C. 总体形象与特定形象的协调与平衡

D. 计划与预算的协调与平衡

E. 知名度与美誉度的协调与平衡

标准答案 :

BCE

一、单选题 （本大题共9小题，每小题2分，共18分）

1

组织识别系统中最具传播力与感染力的要素是

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 制度识别系统

标准答案 :

C

2

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

3

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. 文化形象

B. 产品形象

C. 社区形象

D. 环境形象

标准答案 :

C

4

视觉识别系统VIS中应用最广泛、出现频率最多的要素是

A. 标准字

B. 标志

C. 标准色

D. 象征图案

标准答案 :

B

5

橱窗陈列展览和流动车展属于

A. 大型的综合展览会

B. 中型展览会

C. 小型展览会

D. 袖珍展览

标准答案 :

D

6

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

7

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

8

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

9

当组织“臭名远扬”时，组织的实际形象状态为

A.

高知名度／高美誉度

B.

高美誉度／低知名度

C.

低知名度／低美誉度

D.

低美誉度／高知名度

标准答案 :

D

二、多选题 （本大题共6小题，每小题2分，共12分）

10

展览会按照内容可分为

A. 综合性展览

B. 专题性展览

C. 大型展览

D. 中型展览

E. 小型展览

标准答案 :

AB

11

展览会的特点

A. 传播媒介的多样性

B. 传播方式的直观性

C. 双向沟通的直接性

D. 传播过程的高效性

E. 双向沟通的间接性

标准答案 :

ABCD

12

下列符合一般握手礼节的有

A. 长者先伸手

B. 尊者后伸手

C. 女士先伸手

D. 主人先伸手

E. 客人先伸手

标准答案 :

ACD

13

开业典礼的程序一般包括

A. 主持人宣布典礼开始

B. 介绍来宾

C. 剪彩及题词

D. 有关领导和来宾致词

E. 安排其他助兴节目

标准答案 :

ABCDE

14

赞助的作用

A. 承担社会责任

B. 培养良好感情

C. 争取公众

D. 做广告

E. 扩大影响力

标准答案 :

ABCDE

15

传播媒介的多样性

A. 讲解

B. 交谈

C. 文字媒介

D. 图像媒介

E. 照片

标准答案 :

ABCDE

一、单选题 （本大题共8小题，每小题1分，共8分）

1

适用于组织机构稳定、顺利发展时期的公共关系是

A. 进攻型公关

B. 防御型公关

C. 矫正型公关

D. 维系型公关

标准答案 :

D

2

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

3

运用最多、最广泛的公共关系模式是

A. 社会活动型公共关系

B. 服务型公共关系

C. 宣传型公共关系

D. 交际型公共关系

标准答案 :

D

4

公共关系策划的最后一步是

A. 审定方案

B. 编制预算

C. 选择传播渠道

D. 公众研究

标准答案 :

A

5

组织处于公关危机时期适宜采用的公关方式是

A. 进攻型公关

B. 防御型公关

C. 矫正型公关

D. 维系型公关

标准答案 :

B

6

一企业有一新产品刚投放市场，这个时候它应该选择的公关行为方式

A. 建设型公关

B. 维系型公关

C. 进攻型公关

D. 征询型公关

标准答案 :

A

7

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

8

广告活动的行为主体是

A. 媒体

B. 点子公司

C. 广告代理商

D. 广告主

标准答案 :

D

二、多选题 （本大题共7小题，每小题2分，共14分）

9

广告主题的构成要素有

A. 经济利益

B. 广告目标

C. 信息个性

D. 消费心理

E. 信息共性

标准答案 :

BCD

10

下列选项属于新闻要素的有

A. 何时

B. 何人

C. 何地

D. 何因

E. 何事

标准答案 :

ABCDE

11

下列公关活动属于宣传性公共关系的有

A. 展览会

B. 展销会

C. 联欢会

D. 座谈会

E. 新闻发布会

标准答案 :

ABE

12

依据赞助对象，赞助活动可分为

A. 赞助企业

B. 赞助新闻出版和文化艺术事业

C. 赞助教育和科研事业

D. 赞助福利事业和受灾地区

E. 赞助壮举

标准答案 :

BCD

13

根据公共关系工作的业务类型，可将公共关系活动划分为

A. 交际型公共关系

B. 宣传型公共关系

C. 服务型公共关系

D. 进攻型公共关系

E. 征询型公共关系

标准答案 :

ABCE

14

公共关系策划的特征有

A. 目标性

B. 思想性

C. 创造性

D. 程序性

E. 灵活性

标准答案 :

ABCDE

15

下列选项属于交际型公关的有

A. 消费培训

B. 慈善活动

C. 问卷调查

D. 工作餐会

E. 专访

标准答案 :

DE

一、单选题 （本大题共8小题，每小题1分，共8分）

1

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

2

在公共关系中，将追求平等和双赢作为处理各种关系的行为准则而形成的公关观念，一般称为

A. 协调观念

B. 服务观念

C. 传播观念

D. 互惠观念

标准答案 :

D

3

公共关系作为一种专门化的社会职业，产生于

A. 19世纪20年代

B. 19世纪末20世纪初

C. 19世纪30年代

D. 20世纪30年代

标准答案 :

B

4

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

5

被认为是现代公共关系业“前身”的是19世纪中叶在美国风行的

A. 清垃圾运动

B. 报刊宣传活动

C. 玻璃屋运动

D. 揭丑运动

标准答案 :

B

6

公共关系学正式成为一门科学的时间是

A. 20世纪初

B. 20世纪20年代

C. 20世纪30年代

D. 20世纪40年代

标准答案 :

B

7

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

8

在美国开设第一所公共关系学院的大学是

A. 纽约大学

B. 斯坦福大学

C. 波士顿大学

D. 哈佛大学

标准答案 :

C

二、多选题 （本大题共7小题，每小题2分，共14分）

9

与公共关系职能相关的活动范畴有

A. 广告

B. 舆论

C. 危机处理

D. 游说

E. 交际

标准答案 :

ACDE

10

公共关系的代表性定义有

A. 管理说

B. 传播说

C. 咨询说

D. 关系说

E. 协调说

标准答案 :

ABCD

11

组织的公共关系状态包括

A. 社会发展状态

B. 社会关系状态

C. 社会阶层状态

D. 社会舆论状态

E. 社会结构状态

标准答案 :

BD

12

除形象观念外，公共关系观念还应当包括

A. 服务观念

B. 互惠观念

C. 协调观念

D. 传播观念

E. 公众观念

标准答案 :

ABCDE

13

公共关系的基本职责(功能）有

A. 收集信息

B. 辅助决策

C. 传播推广

D. 协调沟通

E. 提供服务

标准答案 :

ABCDE

14

公共关系学中三个最基本的概念是

A. 组织

B. 公众

C. 群众

D. 传播沟通

E. 方式

标准答案 :

ABD

15

下列有关艾维．李这一公共关系代表人物的表述正确的有

A. 是公共关系之父

B. 创办了世界上第一家公关性质的公司

C. 提出了“公众必须被告知”的命题

D. 使公共关系学科化

E. 首创了“公共关系”这一专门职业

标准答案 :

ABCE

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

在知觉偏见产生的原因中，最近或最后印象的强烈影响被称为

A. 近因效应

B. 晕轮效应

C. 定型作用

D. 首因效应

标准答案 :

A

3

组织的门面、招牌、橱窗等属于

A. 组织的管理形象

B. 组织的环境形象

C. 组织的社区形象

D. 组织的文化形象

标准答案 :

B

4

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

5

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

6

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

7

视觉识别系统VIS中应用最广泛、出现频率最多的要素是

A. 标准字

B. 标志

C. 标准色

D. 象征图案

标准答案 :

B

8

被认为是现代公共关系业“前身”的是19世纪中叶在美国风行的

A. 清垃圾运动

B. 报刊宣传活动

C. 玻璃屋运动

D. 揭丑运动

标准答案 :

B

9

公共关系学正式成为一门科学的时间是

A. 20世纪初

B. 20世纪20年代

C. 20世纪30年代

D. 20世纪40年代

标准答案 :

B

10

关系到组织生死存忘，决定组织的成败公众是

A. 非公众

B. 潜在公众

C. 行动公众

D. 首要公众

标准答案 :

D

11

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

12

适用于组织机构稳定、顺利发展时期的公共关系是

A. 进攻型公关

B. 防御型公关

C. 矫正型公关

D. 维系型公关

标准答案 :

D

13

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

14

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

15

当组织“臭名远扬”时，组织的实际形象状态为

A.

高知名度／高美誉度

B.

高美誉度／低知名度

C.

低知名度／低美誉度

D.

低美誉度／高知名度

标准答案 :

D

16

广告活动的行为主体是

A. 媒体

B. 点子公司

C. 广告代理商

D. 广告主

标准答案 :

D

17

组织所在地的区域关系对象被称为

A. 内部公众

B. 顾客公众

C. 媒介公众

D. 社区公众

标准答案 :

D

18

公共关系策划的最后一步是

A. 审定方案

B. 编制预算

C. 选择传播渠道

D. 公众研究

标准答案 :

A

19

运用最多、最广泛的公共关系模式是

A. 社会活动型公共关系

B. 服务型公共关系

C. 宣传型公共关系

D. 交际型公共关系

标准答案 :

D

20

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

21

被筛选出来的能成为公共关系工作的中心对象称为

A. 目标公众

B. 外部公众

C. 组织公众

D. 内部公众

标准答案 :

A

22

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

23

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

24

组织与公众形成关系的关键是公众的

A. 共同性

B. 变化性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 :

D

25

组织识别系统中最具传播力与感染力的要素是

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 制度识别系统

标准答案 :

C

26

组织的自我形象是其

A. 实际的社会形象

B. 公众形象

C. 期望建立的社会形象

D. 过去已建立的社会形象

标准答案 :

C

27

首次提出心理感应抗拒理论的心理学家是

A. 马斯洛

B. 阿什

C. 霍夫兰

D. 布林

标准答案 :

D

28

在美国开设第一所公共关系学院的大学是

A. 纽约大学

B. 斯坦福大学

C. 波士顿大学

D. 哈佛大学

标准答案 :

C

29

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

30

公共关系对象的总称是

A. 群众

B. 受众

C. 公众

D. 民众

标准答案 :

C

31

将展览会分为宣传展览会和贸易展览会的标准是

A.

性质

B.

场地

C.

商品种类

D.

规模

标准答案 :

A

32

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

33

把不同的营销传播方案编制出来，作为服务于营销目标的直接功能，这种做法被称为

A. 效能整合

B. 功能整合

C. 协调整合

D. 综合整合

标准答案 :

B

34

所谓礼仪，是指礼节和（ ）两个方面。

A. 礼貌

B. 修养

C. 秩序

D. 程序

标准答案 :

D

35

在倒金字塔结构的新闻稿中，（ ）是整篇新闻稿的灵魂。

A. 新闻背景部分

B. 新闻事实部分

C. 新闻导语部分

D. 人物描写部分

标准答案 :

C

36

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

37

具有“准自家人”特点的公众是

A. 内部公众

B. 组织公众

C. 社区公众

D. 顾客公众

标准答案 :

A

38

某公关公司主要为客户提供市场形象调查与设计服务，它属于

A. 专项业务服务公司

B. 专门业务服务公司

C. 综合服务咨询公司

D. 独立业务服务公司

标准答案 :

A

39

在部门隶属模式中，容易将公关限于迎来送往、交际应酬，过分偏重于人际关系功能，这主要体现在把公关机构归属于

A. 办公室

B. 联络接待部门

C. 广告宣传部门

D. 销售部门

标准答案 :

B

40

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

标准答案 :

A

41

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

42

公共关系的组织机构是专门执行公关任务、实现公关功能的行为（ ），是公共关系工作的专业职能机构。

A. 客体

B. 手段

C. 主体

D. 过程

标准答案 :

C

43

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

44

整合营销的最高阶段是（）

A. 协调整合

B. 形象整合

C. 关系管理整合

D. 功能整合

标准答案 :

C

45

一种影响和制约着组织的政策和行为的经营观念和管理哲学被称为

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

46

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

47

公共关系的本质属性是（）

A. 传播公众

B. 告知公众

C. 传播沟通

D. 管理形象

标准答案 :

C

48

广告“XX保险公司祝全国人民平安健康“属于（ ）

A. 商品广告

B. 公益广告

C. 形象广告

D. 促销广告

标准答案 :

C

49

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。

50

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

一、单选题 （本大题共25小题，每小题2分，共50分）

1

人类交往过程中最基本、最重要的工具是

A. 协调整合

B. 形象整合

C. 关系管理整合

D. 功能整合

标准答案 :

C

2

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

3

公关策划的首要环节是

A. 选择方案

B. 设计方案

C. 确定目标

D. 实施方案

标准答案 :

C

4

决定公众性质的是公众的

A. 共同性

B. 变化性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 :

A

5

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

6

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

7

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

8

公关人员最基本的职业心理要求是

A. 自信

B. 热情

C. 开放

D. 理智

标准答案 :

A

9

提出需要层次论的是

A. 霍夫兰

B. 马斯洛

C. 拉斯韦尔

D. 卢因

标准答案 :

B

10

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

11

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

12

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

13

公共关系之父是

A. 巴纳姆

B. 伯尼斯

C. 艾维.李

D. 格鲁尼格

标准答案 :

C

14

往往被置于最显著的位置，甚至被称之为对外传播的首要公众的关系是( 　　)。

A. 媒介关系

B. 顾客关系

C. 政府关系

D. 国际关系

标准答案 :

A

15

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。

16

公共关系危机最为明显的特征是

A. 溢出效应

B. 连锁破坏性

C. 舆论关注性

D. 突发性

标准答案 :

D

17

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

18

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

19

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

20

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

21

策划公共关系工作方案“六步工作法”的提出者是

A. 奥斯本

B. 杰夫金斯

C. 卢因

D. 哈罗

标准答案 :

B

22

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

23

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

24

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

25

具有“准自家人”特点的公众是

A. 内部公众

B. 组织公众

C. 社区公众

D. 顾客公众

标准答案 :

A

二、多选题 （本大题共10小题，每小题3分，共30分）

26

展览会按照内容可分为( )

A. 综合性展览

B. 专题性展览

C. 大型展览

D. 中型展览

E. 小型展览

标准答案 :

AB

27

影响受传者选择性理解的心理因素主要包括( )

A. 需要

B. 态度

C. 环境

D. 教育

E. 情绪

标准答案 :

ABE

28

下列公关活动属于宣传性公共关系的有

A. 展览会

B. 展销会

C. 联欢会

D. 座谈会

E. 新闻发布会

标准答案 :

ABE

29

公共关系的发展时期包括( ）。

A. 古代时期

B. 近代时期

C. 巴纳姆时期

D. 艾维·李时期

E. 爱德华·伯尼斯时期

标准答案 :

ACDE

30

影响受传者选择性理解的心理因素主要包括

A. 需要

B. 态度

C. 环境

D. 教育

E. 情绪

标准答案 :

ABE

31

组织的形象构思与策划成功与否取决于

A. 心理与环境的协调与平衡

B. 组织利益与公众利益的协调与平衡

C. 总体形象与特定形象的协调与平衡

D. 计划与预算的协调与平衡

E. 知名度与美誉度的协调与平衡

标准答案 :

BCE

32

一般而言，把关人的传播行为主要包括（）

A. 宣传

B. 疏导

C. 抑制

D. 教育

E. 交流

标准答案 :

BC

33

广告主题的构成要素包括

A. 传播方式

B. 广告目标

C. 信息个性

D. 消费心理

E. 传播效果

标准答案 :

BCD

34

形成知觉偏见的原因主要有

A.

首因效应

B.

晕轮效应

C.

近因效应

D.

蝴蝶效应

E.

刻板效应

标准答案 :

ABCE

35

根据受众对象不同，报刊可分为

A. 综合性报刊

B. 专门性报刊

C. 组织报刊

D. 社会报刊

E. 大众报刊

标准答案 :

CE

三、判断题 （本大题共10小题，每小题2分，共20分）

36

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

37

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

38

5W模式的提出者是哈罗德·拉斯韦尔

标准答案 :

正确

39

组织识别系统的核心与原动力是行为识别系统

标准答案 :

错误

试题解析 :

行为识别系统改为理念识别系统

40

被美国学术界誉为“公共关系圣经”的著作是《公共关系学》

标准答案 :

错误

41

公共关系通过向社会灌输强烈的个人意识和高度的责任感，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。

标准答案 :

错误

试题解析 :

个人意识改为环境意识

42

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

43

首次提出“需要层次理论”的是麦克米兰

标准答案 :

错误

44

在VIS中应用最广泛、出现频率最多的要素是标志

标准答案 :

正确

45

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

1

因航班误点而滞留机场的旅客属于

A.

边缘公众

B.

周期公众

C.

临时公众

D.

稳定公众

标准答案 : C

2

议题设置论研究中，最杰出的研究者是

A.

拉斯韦尔

B.

拉扎斯菲尔德

C.

卢因

D.

麦库姆斯

标准答案 : D

3

最早问世的公共关系学理论书籍是

A.

《论语》

B.

《道德经》

C.

《高卢战记》

D.

《修辞学》

标准答案 : D

4

公共关系策划的生命力在于其

A.

创造性

B.

程序性

C.

时机性

D.

灵活性

标准答案 : A

5

认为教师是文质彬彬的，商人是唯利是图的，这些看法所体现的知觉偏见是

A.

首因效应

B.

近因效应

C.

晕轮效应

D.

定型作用

标准答案 : D

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

标准答案 : A

7

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

8

“把关人”概念出自

A.

《原则宣言》

B.

《公共舆论的形成》

C.

《第五项修炼》

D.

《群体生活的渠道》

标准答案 : D

9

在我国，最为大众化的传播媒介是

A.

报纸

B.

广播

C.

电视

D.

杂志

标准答案 : B

10

在知觉的偏见中，固定的僵化印象对人的知觉的影响是

A.

首因效应

B.

近因效应

C.

定型作用

D.

晕轮效应

标准答案 : C

11

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

标准答案 : C

12

在爱德华·伯尼斯的著作中，被称为公共关系理论发展史的“第一个里程碑”的专著是

A.

《公众舆论的形成》

B.

《公共关系学》

C.

《修辞学》

D.

《高卢战记》

标准答案 : A

13

影响和制约组织的政策和行为的经营观念和管理哲学被称作是

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

14

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

15

财力、精力花费最少，使用最方便的传播媒介是

A.

广播

B.

报纸

C.

电视

D.

网络

标准答案 : A

16

从管理作用上看，公共关系部门在组织总体中扮演的角色是

A.

领导

B.

监督

C.

中介

D.

核心

标准答案 : C

17

企业为部队战士提供文体娱乐设施的活动属于

A.

展览活动

B.

庆典活动

C.

赞助活动

D.

对外开放活动

标准答案 : C

18

希腊史诗《伊利亚特》、《奥德赛》最开始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

标准答案 : A

19

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

20

组织的“吉祥物”是指

A.

组织标志

B.

组织造型

C.

组织象征图案

D.

组织标准字

标准答案 : B

21

二战期间成立“流言诊所”的国家是

A.

英国

B.

美国

C.

德国

D.

日本

标准答案 : B

22

展览会最正规、最庄重的形式是

A.

中型展览会

B.

小型展览会

C.

博览会

D.

宣传展览会

标准答案 : C

23

目标公众中最具有权威性的是

A.

社区公众

B.

顾客公众

C.

媒介公众

D.

政府公众

标准答案 : D

24

传播媒介发展的第二个阶段是

A.

手抄媒介

B.

口语媒介

C.

印刷媒介

D.

电子媒介

标准答案 : A

25

影响受传者选择性理解的心理因素包括

A.

知识、地位、动机

B.

动机、认知、兴趣

C.

情感、性格、气质

D.

需要、态度、情绪

标准答案 : D

26

把有限的广告费用集中投入到某一特定媒体的方法为

A.

异质化媒体组合

B.

差异化媒体组合

C.

分散型媒体组合

D.

集中型媒体组合

标准答案 : D

27

在马斯洛的需要层次论中，希望与伙伴和同事之间和睦相处的需要是

A.

生理的需要

B.

社交的需要

C.

尊重的需要

D.

自我实现的需要

标准答案 : B

28

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

标准答案 : D

29

非语言符号可为其他非语言传播加上某种注解，这体现的非语言传播的特性是

A.

传播性

B.

情境性

C.

可信性

D.

隐喻性

标准答案 : D

30

主要说明对人或事情的看法会因一点而扩散开来的心理学概念是

A.

马太效应

B.

晕轮效应

C.

溢出效应

D.

鸵鸟心理

标准答案 : B

31

美国社会学家拉扎斯菲尔德提出的理论为

A.

议题设置论

B.

两级传播论

C.

受众选择“3S”论

D.

把关人理论

标准答案 : B

32

MIS指的是

A.

视觉识别系统

B.

组织识别系统

C.

行为识别系统

D.

理念识别系统

标准答案 : D

33

组织危机管理的核心阶段是

A.

事前管理

B.

事中管理

C.

事后管理

D.

危机预防

标准答案 : B

34

组织识别系统中最具传播力与传染力的要素是

A.

理念识别系统

B.

行为识别系统

C.

视觉识别系统

D.

知觉识别系统

标准答案 : C

35

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事务的整体反映被称为

A.

知觉

B.

映射

C.

思维

D.

反馈

标准答案 : A

36

德国社会心理学家库尔特·卢因在《群体生活的渠道》一文中提出了

A.

“两极传播论”

B.

“5W”模式

C.

香农模式

D.

“把关人”概念

标准答案 : D

37

公共关系的过程和方式是

A.

组织

B.

传播

C.

公众

D.

形象

标准答案 : B

38

将与公司进行市场营销有关的一切传播活动一元化的过程是

A.

整合营销传播

B.

主题创意传播

C.

共享传播

D.

泛化传播

标准答案 : A

39

混合商品展览会又被称作是

A.

综合展览会

B.

宣传展览会

C.

横向展览会

D.

纵向展览会

标准答案 : C

40

为推销商品、提供服务或传达某种观念,自行或者委托他人设计、制作、发布广告的组织或个人是

A.

广告代理商

B.

广告主

C.

广告信息

D.

广告受众

标准答案 : B

41

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

标准答案 : C

42

公关意识的核心是

A.

形象意识

B.

沟通意识

C.

互惠意识

D.

创新意识

标准答案 : A

43

承载、复制并传递信息的物理形式是

A.

公众

B.

动机

C.

需要

D.

媒介

标准答案 : D

44

《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

45

新闻稿的灵魂是

A.

事实

B.

导语

C.

标题

D.

结语

标准答案 : B

46

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

47

“危机经常成为组织的一个转折点”,这句话出自

A.

威廉·班尼特

B.

斯蒂文·芬克

C.

托马斯·伯克兰

D.

迈克尔·里杰斯特

标准答案 : D

48

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

标准答案 : A

49

直接头脑风暴法的提出者是

A.

奥斯本

B.

西蒙

C.

泰罗

D.

弗鲁姆

标准答案 : A

50

通才式的公关人才可视为

A.

咨询型人才

B.

领导型人才

C.

智囊型人才

D.

辅助型人才

标准答案 : B

51

企业经营管理决策的依据是

A.

公关策划

B.

公关传播

C.

公关危机管理

D.

公关专题活动

标准答案 : A

52

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

标准答案 : A

53

组织形象管理处于“臭名远扬"恶劣状态的是

A.

高知名度/高美誉度

B.

高美誉度/低知名度

C.

低知名度/低美誉度

D.

低美誉度/高知名度

标准答案 : D

54

公关的功利意识指的是

A.

形象意识

B.

服务意识

C.

沟通意识

D.

互惠意识

标准答案 : D

55

“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

56

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

57

“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

标准答案 : B

58

橱窗陈列展览属于

A.

博览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览

标准答案 : D

59

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

60

某公司为庆祝其产品抽查合格率全国第一而进行的庆典活动属于

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 : C

61

着重从决策的角度分析定义危机的学者是

A.

赫尔曼

B.

罗森塔尔

C.

巴顿

D.

佩尔森

标准答案 : A

62

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

标准答案 : D

63

将组织形象划分为组织正面形象与负面形象所依据的标准是

A.

组织的内外在表现

B.

主客观属性

C.

接受者的范围

D.

社会公众的评价态度不同

标准答案 : D

64

公共关系的客体即公共关系的工作对象是

A.

民众

B.

群众

C.

公众

D.

大众

标准答案 : C

65

“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

66

智力激励法又称为

A.

个人头脑风暴法

B.

质疑头脑风暴法

C.

集团头脑风暴法

D.

直接头脑风暴法

标准答案 : D

67

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

68

组织最重要的基本目标公众是

A.

顾客公众

B.

社区公众

C.

内部公众

D.

政府公众

标准答案 : C

69

传播学中，总体研究范畴的规划者是

A.

拉斯韦尔

B.

伯尼斯

C.

马斯洛

D.

布林

标准答案 : A

70

提出需要层次论的美国心理学家是

A.

泰罗

B.

马斯洛

C.

赫兹伯格

D.

弗鲁姆

标准答案 : B

71

决定公众性质的是公众的

A.

群体性

B.

共同点的性质

C.

多样性

D.

变化性

标准答案 : B

72

公共关系作为一门学科，最早产生于

A.

中国

B.

英国

C.

美国

D.

日本

标准答案 : C

73

将展览会分为单一商品展览会和混合商品展览会的标准是

A.

展会性质

B.

展览场地

C.

展品种类

D.

展出规模

标准答案 : C

74

提出“两级传播论”的学者是

A.

弗鲁姆

B.

阿基里斯

C.

拉扎斯菲尔德，

D.

林德布鲁姆

标准答案 : C

75

危机管理阶段划分“4R”说的提出者是

A.

斯蒂文·芬克

B.

罗伯特·希斯

C.

米特罗夫一

D.

佩尔森

标准答案 : B

76

被后人誉为公共关系之父的是.

A.

艾维·李

B.

巴纳姆:

C.

海斯

D.

爱德华·伯尼斯

标准答案 : A

77

公关危机最为明显的特征是

A.

不确定性

B.

突发性

C.

连锁破坏性

D.

溢出效应

标准答案 : B

78

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

79

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

标准答案 : C

80

公共关系职业化时期的代表人物是

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

81

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

82

兼具功能上和传播上双重意义的语言，如挥手、跺脚等属于

A.

物体语言

B.

行动语言

C.

标记语言

D.

模拟语言

标准答案 : B

83

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

84

提出“只有进行有效的传播管理才能进行有效的危机管理”的是

A.

库姆斯

B.

迈克尔·里杰斯特

C.

格鲁尼格

D.

斯蒂文·芬克

标准答案 : D

85

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.

蔡尔滋

标准答案 : B

86

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

标准答案 : A

87

“投公众所好”这一主张的提出者是

A.

艾维·李

B.

巴纳姆

C.

海斯

D.

爱德华·伯尼斯

标准答案 : D

88

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.

隶属关系

C.

目标公众

D.

内部业务

标准答案 : D

89

从全局的高度,用有限的经费，对媒体资源进行合理配置和利用，以取得最佳的信息

传播效果的过程是

A.

媒体选择

B.

媒体传播

C.

媒体组合

D.

媒体规划

标准答案 : C

90

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

91

企业对知识竞赛提供的赞助属于

A.

赞助教育事业

B.

赞助文艺事业

C.

赞助福利事业

D.

赞助科研事业

标准答案 : B

92

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

标准答案 : C

93

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

94

班尼特的形象修复理论的适用范围是

A.

适用于个人

B.

适用于组织

C.

既适用于组织也适用于个人

D.

既不适用于组织也不适用于个人

标准答案 : C

95

流动车展览属于

A.

综合博览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览会

标准答案 : D

96

在VIS中，应用最广泛、使用频率最多的要素是

A.

标志

B.

标准字

C.

标准色

D.

组织造型

标准答案 : A

97

聋哑人的手语属于

A.

标记语言

B.

行动语言

C.

物体语言

D.

口头语言

标准答案 : A

98

公共关系人员的职业心理的最基本要求是

A.

理智

B.

热情

C.

开放

D.

自信

标准答案 : D

99

《(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

标准答案 : D

100

BIS是指

A.

理念识别系统

B.

组织识别系统

C.

视觉识别系统

D.

行为识别系统

标准答案 : D

101

公共关系的行为主体是

A.

相关公众

B.

组织机构

C.

传播沟通媒介

D.

具体个人

标准答案 : B

102

人们希望归属于一个团体以得到关心、爱护、支持、友谊和忠诚，这种需要属于

A.

生理需要

B.

安全需要

C.

社交需要

D.

尊重需要

标准答案 : C

103

公关工作的对象统称为

A.

群众

B.

公众

C.

民众

D.

大众

标准答案 : B

104

公关所说的形象其本质是

A.

质量

B.

水平

C.

信誉

D.

素质

标准答案 : C

105

受广告主委托，负责广告活动的策划与执行的广告经营机构是

A.

媒体

B.

点子公司

C.

广告代理商

D.

广告协会

标准答案 : C

106

国际公关协会成立的时间是

A.

1955年

B.

1985年

C.

1986年

D.

1987年

标准答案 : A

107

“既适用于组织，也适用于个人”的公关危机传播管理理论为

A.

阶段分析理论

B.

战略分析理论

C.

焦点事件理论

D.

卓越理论

标准答案 : B

108

马斯洛认为最高层次的需要是

A.

尊重

B.

自我实现

C.

社交

D.

安全

标准答案 : B

109

在危机传播理论模式中，焦点事件理论的提出者是

A.

威廉·班尼特

B.

托马斯·伯克兰

C.

格鲁尼格

D.

斯蒂文·芬克

标准答案 : B

110

下列属于非语言传播方式的是

A.

杂志

B.

广播

C.

标记语言

D.

因特网

标准答案 : C

111

广告代理公司为企业提供一套营销传播服务系统的整合营销传播的方法是

A.

同一外观法

B.

主题线方法

C.

供应面的策划方法

D.

特设会议的方法

标准答案 : C

112

上海市公共关系协会成立的时间是

A.

1985年

B.

1986年

C.

1987年

D.

1989年

标准答案 : B

113

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

114

企业赞助环保机构的活动属于

A.

赞助福利事业

B.

赞助文化事业

C.

赞助教育事业

D.

赞助科研事业

标准答案 : A

1

下列各项属于公众共同性的有

A.

共同的利益

B.

共同的需求

C.

共同的目的

D.

共同的意向

E.

共同的兴趣

标准答案 : ABCDE

2

下列公众属于组织外部公众的有

A.

管理人员

B.

技术人员

C.

竞争者

D.

政府官员

E.

社区居民

标准答案 : CDE

3

霍夫兰认为人的态度的改变主要取决于

A.

情感的需要

B.

交往的需要

C.

说服者的条件

D.

信息本身的说服力

E.

问题的排列技巧

标准答案 : CDE

4

影响知觉选择性的客观因素有

A.

知觉对象本身的特征

B.

对象和背景的差别

C.

对象的组合

D.

需要

E.

知识

标准答案 : ABC

5

拉斯韦尔“5W”模式中，传播对象的分析主要包括

A.

传播对象的心理

B.

传播对象的劝服

C.

传播对象的选择

D.

传播对象的分类

E.

传播对象的知识背景

标准答案 : AB

6

公共关系职业化时期的代表人物是

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

7

最早问世的公共关系学理论书籍是

A.

《论语》

B.

《道德经》

C.

《高卢战记》

D.

《修辞学》

标准答案 : D

8

集团头脑风暴法的形式有

A.

直接头脑风暴法

B.

间接头脑风暴法

C.

质疑头脑风暴法

D.

确信头脑风暴法

E.

交互头脑风暴法

标准答案 : AC

9

广告活动的构成要素包括

A.

广告主

B.

广告代理商

C.

广告信息

D.

广告媒介

E.

广告受众

标准答案 : ABCDE

10

《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

11

目标公众中最具有权威性的是

A.

社区公众

B.

顾客公众

C.

媒介公众

D.

政府公众

标准答案 : D

12

根据展出的商品种类可将展览会分为

A.

室内展览会

B.

大型展览会;

C.

中型展览会

D.

单一商品展览会

E.

混合商品展览会

标准答案 : DE

13

简述电视传播的优点。

标准答案 :

①视听兼备,声画并茂;

②现场感强,可信度高;

③近距离观赏,亲切自由;

④传播内容的兼容性,开放性。

14

决定公众性质的是公众的

A.

群体性

B.

共同点的性质

C.

多样性

D.

变化性

标准答案 : B

15

展览会最正规、最庄重的形式是

A.

中型展览会

B.

小型展览会

C.

博览会

D.

宣传展览会

标准答案 : C

16

简述追随流行的心理原因。

标准答案 :

①从众与模仿;

②求新欲望;

③自我防御与自我显示;

④追随流行有个别差异。

17

简述公共关系策划的原则。

标准答案 :

①利益性原则;

②客观性原则;

③系统性原则;

④可行性原则;

⑤灵活性原则。

18

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

19

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事务的整体反映被称为

A.

知觉

B.

映射

C.

思维

D.

反馈

标准答案 : A

20

简述产品定位的客观依据。

标准答案 :

①关于产品的调查研究;

②关于消费者的调查研究;

③关于市场情况的调查研究;

④关系竟争对手的调查研究;

⑤关于传播媒体的调查研究;

⑥关于流通领域情况的调查研究。

21

简述赞助活动的种类。

标准答案 :

①赞助体育活动;

②赞助新闻出版、文化艺术事业;

③赞助教育和科研事业;

④赞助福利事业和受灾地区;

⑤赞助壮举和探险及赞助重未节日活动。

22

兼具功能上和传播上双重意义的语言，如挥手、跺脚等属于

A.

物体语言

B.

行动语言

C.

标记语言

D.

模拟语言

标准答案 : B

23

下列属于非语言传播方式的是

A.

杂志

B.

广播

C.

标记语言

D.

因特网

标准答案 : C

24

简述公共关系危机的特征。

标准答案 :

①突发性;

②不确定性;

③奥论关注性;

④“连锁”破坏性;

⑤“溢出效应”。

25

公共关系策划的生命力在于其

A.

创造性

B.

程序性

C.

时机性

D.

灵活性

标准答案 : A

26

企业经营管理决策的依据是

A.

公共关系策划

B.

公共关系传播

C.

公共关系危机管理

D.

公共关系专题活动

标准答案 : A

27

试述报纸传播的优点和弱点。

标准答案 :

优点:①可充分处理论题;

②选择性强;

③易于保存,易于检索;

④专业性强;

⑤经济性。

弱点:①时效性差;

②读者的受局限性;

③报纸的现场感、形象感较差。

28

新闻稿的灵魂是

A.

事实

B.

结尾

C.

导语

D.

故事

标准答案 : C

29

广告策划的基础是

A.

市场调查

B.

广告定位

C.

广告创意

D.

广告媒介选择

标准答案 : A

30

试述组织形象调查的过程。

标准答案 :

（1）组织自我形象分析:

①组织实态的调查分析;

②员工阶层的调查研究;

③管理阶层的调查分析;

④决策阶层的研究分析。

（2）组织实际形象分析:

①公众辨认与分析:

②组织形象地位测量;

③组织形象要素分析。

(3)组织形象差距分析。

31

为推销商品、提供服务或传达某种观念,自行或者委托他人设计、制作、发布广告的组织或个人是

A.

广告代理商

B.

广告主

C.

广告信息

D.

广告受众

标准答案 : B

32

橱窗陈列展览属于

A.

博览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览

标准答案 : D

33

英国航空公司008号班机,准备从伦敦飞往日本东京时，因故障推迟起飞20小时。为了不使东京回伦敦的乘客耽误行程,英国航空公司公关人员与这些乘客沟通并帮助乘客换乘其他公司的飞机。经公关人员的努力,共190名乘客接受了英航公司的安排，分别改乘别的班机飞往伦敦。但有一位日本老太太大竹秀子说什么也不肯换乘其他班机,坚决要乘英航公司的008号班机。无奈,公关人员只好与公司协商,重新安排008号班机从伦敦起飞,到达东京后返回伦敦。于是,东京一伦敦, 航程达13000公里,008号班机上只载着一名旅客——大竹秀子。 这次只有一名乘客的国际航班使英国航空公司至少损失约10万美元。

表面上看,的确是个不小的损失，可是,它却是一个无法估价的收获。正是英国航空公司公关人员的努力使英航公司在顾客心目中拥有了用金钱也难以买到的良好形象。

(1)请分析英航公司公关人员所具备的公共关系意识。

(2)除案例反映出的公关意识之外,公关人员还应具备哪些公关意识?

标准答案 :

(1)案例反映出英航公司公关人员具备过硬的公关意识,具体为:

①形象意识;

②服务意识;

③沟通意识;

④长远意识。

(2)还应具备:互惠意识和创新意识。(2分)

34

组织形象管理处于“臭名远扬"恶劣状态的是

A.

高知名度/高美誉度

B.

高美誉度/低知名度

C.

低知名度/低美誉度

D.

低美誉度/高知名度

标准答案 : D

35

组织识别系统中的最具传播力与感染力的要素是

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

标准答案 : C

36

着重从决策的角度分析定义危机的学者是

A.

赫尔曼

B.

罗森塔尔

C.

巴顿

D.

佩尔森

标准答案 : A

37

提出“只有进行有效的传播管理才能进行有效的危机管理”的是

A.

库姆斯

B.

迈克尔·里杰斯特

C.

格鲁尼格

D.

斯蒂文·芬克

标准答案 : D

38

公共关系的观念包括

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

标准答案 : ABCDE

39

大中型公关公司的机构设置包括

A.

行政部门

B.

规划审计部门

C.

专业技术部门

D.

公共关系协会部

E.

国际和地区部门

标准答案 : ABCE

40

公共关系策划的原则包括

A.

利益性原则

B.

客观性原则

C.

系统性原则

D.

可行性原则

E.

灵活性原则

标准答案 : ABCDE

41

按公共关系活动的作用，可将公共关系目标划分为

A.

长期目标

B.

进攻型目标

C.

近期目标

D.

防守型目标

E.

特殊目标

标准答案 : BD

42

公关策划全过程的首要环节是

A.

实施方案

B.

设计方案

C.

选择方案

D.

确定目标

标准答案 : D

43

受广告主委托，负责广告活动的策划与执行的广告经营机构是

A.

媒体

B.

点子公司

C.

广告代理商

D.

广告协会

标准答案 : C

44

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

标准答案 : D

45

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

标准答案 : C

46

将与公司进行市场营销有关的一切传播活动一元化的过程是

A.

整合营销传播

B.

主题创意传播

C.

共享传播

D.

泛化传播

标准答案 : A

47

公关人员在工作中应遵守的道德规范有

A.

公正

B.

正派

C.

对社会负责

D.

真实

E.

保密

标准答案 : ABCDE

48

“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

49

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

50

组织内部公众包括

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

51

公众的特点有

A.

群体性

B.

共同性

C.

多样性

D.

变化性

E.

相关性

标准答案 : ABCDE

52

形成知觉偏见的常见原因有

A.

首因效应

B.

近因效应

C.

晕轮效应

D.

刻板印象

E.

蝴蝶效应

标准答案 : ABCD

53

传播的内容分析主要包括

A.

传播的分类

B.

传播的符号

C.

传播的宣传方法

D.

传播对象的心理

E.

传播对象的劝服

标准答案 : ABC

54

根据公关工作的业务类型，可将公关活动划分为

A.

交际型公关

B.

宣传型公关

C.

服务型公关

D.

社会活动型公关

E.

征询型公关

标准答案 : ABCDE

55

广告活动的构成要素包括

A.

广告主

B.

广告代理商

C.

广告信息

D.

广告媒介

E.

广告受众

标准答案 : ABCDE

56

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

标准答案 : A

57

新闻稿的灵魂是

A.

事实

B.

导语

C.

标题

D.

结语

标准答案 : B

58

根据举办展览的场地可将展览会分为

A.

室内展览会

B.

室外展览会

C.

宣传展览会

D.

贸易展览会

E.

混合商品展览会

标准答案 : AB

59

组织形象的基本特性有

A.

主客观二重性

B.

系统性

C.

动态性

D.

静态性

E.

相对稳定性

标准答案 : ABCE

60

流动车展览属于

A.

综合博览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览会

标准答案 : D

61

BIS是指

A.

理念识别系统

B.

组织识别系统

C.

视觉识别系统

D.

行为识别系统

标准答案 : D

62

组织的“吉祥物”是指

A.

组织标志

B.

组织造型

C.

组织象征图案

D.

组织标准字

标准答案 : B

63

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

64

公关危机最为明显的特征是

A.

不确定性

B.

突发性

C.

连锁破坏性

D.

溢出效应

标准答案 : B

65

“既适用于组织，也适用于个人”的公关危机传播管理理论为

A.

阶段分析理论

B.

战略分析理论

C.

焦点事件理论

D.

卓越理论

标准答案 : B

66

公关危机传播过程涉及的主要变量因素有

A.

时间

B.

空间

C.

传者

D.

媒介

E.

受传者

标准答案 : CDE

67

简述公共关系的基本要素。

标准答案 : （1）行为主体：组织机构； （2）沟通对象：相关公众； （3）工作手段：传播沟通媒介； （4）过程：信息的双向交流； （5）目标：为组织机构树立良好的公众形象。

68

被称为公共关系理论发展史“第一个里程碑”的专著是

A.

公众舆论的形成

B.

公共关系学

C.

修辞学

D.

高卢战论

标准答案 : A

69

简述公关公司服务的特点。

标准答案 : （1）较为客观公正； （2）技术全面，专业性强； （3）较灵活，适应性强； （4）关系较疏远； （5）运作成本高。

70

简述广告策划的主要内容。

标准答案 : （1）市场调查（进行广告策划的基础）； （2）广告定位（为了突出广告商品的特殊个性）； （3）广告创意（决定广告策划成败的关键）； （4）广告媒介安排（是广告策划中直接影响广告传播效果的重要问题）； （5）广告效果测定（是全面验证广告策划实施情况必不可少的工作）。

71

简述舆论主体的特点。

标准答案 : ①有共同话题；②参与议论的过程；③自发性与松散性；④有一定的层序性。

72

简述公关策划的原则。

标准答案 : （1）客观性原则；（2）系统性原则；（3）可行性原则；（4）利益性原则；（5）灵活性原则。

73

“投公众所好”这一主张的提出者是

A.

艾维·李

B.

巴纳姆

C.

海斯

D.

爱德华·伯尼斯

标准答案 : D

74

国际公关协会成立的时间是

A.

1955年

B.

1985年

C.

1986年

D.

1987年

标准答案 : A

75

简述公关危机管理的原则。

标准答案 : （1）及时性原则（关键原则）；（2）主动性原则；（3）真实性原则；（4）公开性原则； （5）战略性原则；（6）公众至上原则。

76

试述杂志传播的优点和缺点。

标准答案 : （1）优点：①针对性强：②信息的覆盖与更替周期长；③印刷精良，装帧较好，更具有保存价值。 （2）缺点：①缺乏灵活性与时效性；②阅读范围的局限性；③感染力较差。

77

试述组织形象调查的主要内容。

标准答案 : （一）组织自我形象分析 1.组织实态的调查分析；2.员工阶层的调查研究；3.管理阶层的调查分析；4决策阶层的研 究分析。 （二）组织实际形象分析 组织实际形象分析包括以下三个步骤：（1）公众辨认与分析；（2）组织形象地位测量。 （3）组织形象要素分析。 （三）组织形象差距分析 1.是将组织的实际形象与自我形象作比较分析，揭示二者之间的现实差距。 2.“形象要素差距图”可以较为直观地显示这一差距。

78

公关的功利意识指的是

A.

形象意识

B.

服务意识

C.

沟通意识

D.

互惠意识

标准答案 : D

79

公关工作的对象统称为

A.

群众

B.

公众

C.

民众

D.

大众

标准答案 : B

80

2021年7月19日河南郑州突降“千年一遇”的暴雨，随后暴雨突袭至河南新乡等地，其中郑州的汛情最为严重。本次汛情给河南人民带来巨大的灾害和损失，引发全国民众的关注，社会各界人士纷纷出手相助。在捐款过程中，知名企业和明星自然成为公众关注的焦点，率先进行捐款的企业和明星大多获得社会各界的赞誉，从而提高了自身的知名度和美誉度。 (1)运用所学公关知识分析该类活动的性质。 (2)结合案例说明该类活动的作用。

标准答案 : （1）河南汛期，企业明星纷纷捐款属于赞助灾区活动。赞助活动最大的特色是“利他性”，因此深受社会大众的喜爱。组织进行赞助能够树立其关心社会公益事业的良好形象能表明组织对社会效益的追求和乐于承担社会责任，是一种由企业界和社会公众共同认可、效用卓著 的一种公共关系传播活动。 （2）1.表明自己承担社会责任；2.培养与社会公众的良好感情3.通过赞助活动做广告。

81

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

标准答案 : B

82

因航班误点而滞留机场的旅客属于

A.

边缘公众

B.

周期公众

C.

临时公众

D.

稳定公众

标准答案 : C

83

人们希望归属于一个团体以得到关心、爱护、支持、友谊和忠诚，这种需要属于

A.

生理需要

B.

安全需要

C.

社交需要

D.

尊重需要

标准答案 : C

84

《(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

标准答案 : D

85

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

86

二战期间成立“流言诊所”的国家是

A.

英国

B.

美国

C.

德国

D.

日本

标准答案 : B

87

“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

88

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

标准答案 : D

89

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

标准答案 : A

90

美国社会学家拉扎斯菲尔德提出的理论为

A.

议题设置论

B.

两级传播论

C.

受众选择“3S”论

D.

把关人理论

标准答案 : B

91

直接头脑风暴法的提出者是

A.

奥斯本

B.

西蒙

C.

泰罗

D.

弗鲁姆

标准答案 : A

92

“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

93

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

94

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

95

企业经营管理决策的依据是

A.

公关策划

B.

公关传播

C.

公关危机管理

D.

公关专题活动

标准答案 : A

96

新闻稿的灵魂是

A.

新闻事实

B.

导语

C.

结构安排

D.

内容安排

标准答案 : B

97

橱窗陈列展览属于

A.

博览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览

标准答案 : D

98

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

99

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

100

组织的“吉祥物”是指组织的

A.

标志

B.

标准字

C.

造型

D.

象征图案

标准答案 : C

101

处于“臭名远扬”状态的组织形象地位是

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

标准答案 : B

102

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

103

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.

隶属关系

C.

目标公众

D.

内部业务

标准答案 : D

104

公共关系作为一门学科，最早产生于

A.

中国

B.

英国

C.

美国

D.

日本

标准答案 : C

105

组织与公众形成关系的关键是公众的

A.

相关性

B.

变化性

C.

群体性

D.

共同性

标准答案 : A

106

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

107

公关所说的形象其本质是

A.

质量

B.

水平

C.

信誉

D.

素质

标准答案 : C

108

提出需要层次论的美国心理学家是

A.

泰罗

B.

马斯洛

C.

赫兹伯格

D.

弗鲁姆

标准答案 : B

109

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

110

德国社会心理学家库尔特·卢因在《群体生活的渠道》一文中提出了

A.

“两极传播论”

B.

“5W”模式

C.

香农模式

D.

“把关人”概念

标准答案 : D

111

希腊史诗《伊利亚特》、《奥德赛》最开始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

标准答案 : A

112

主要说明对人或事情的看法会因一点而扩散开来的心理学概念是

A.

马太效应

B.

晕轮效应

C.

溢出效应

D.

鸵鸟心理

标准答案 : B

113

组织危机管理的核心阶段是

A.

事前管理

B.

事中管理

C.

事后管理

D.

危机预防

标准答案 : B

114

公关观念包括

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

标准答案 : ABCDE

115

组织内设公关部门的特点有

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

标准答案 : ABCD

116

根据关系的稳定程度可将公众划分为

A.

临时公众

B.

周期公众

C.

顺意公众

D.

逆意公众

E.

稳定公众

标准答案 : ABE

117

非正式团体的类型有

A.

友谊型

B.

同好型

C.

工作型

D.

自卫型

E.

互利型

标准答案 : ABCDE

118

霍夫兰认为人的态度的改变主要取决于

A.

情感的需要

B.

交往的需要

C.

说服者的条件

D.

信息本身的说服力

E.

问题的排列技巧

标准答案 : CDE

119

影响知觉选择性的主观因素包括

A.

动机

B.

兴趣

C.

性格

D.

对象组合

E.

经验知识

标准答案 : ABCE

120

传播的控制分析主要包括

A.

传播的法规与政策

B.

传播者的社会控制

C.

传播者的自我控制

D.

传播对象的心理

E.

传播对象的劝服

标准答案 : ABC

121

从公关策划定义的角度来分析，公关策划的特征包括

A.

目标性

B.

差异性

C.

创造性

D.

灵活性

E.

时机性

标准答案 : ACDE

122

广告活动的构成要素包括

A.

广告主

B.

广告代理商

C.

广告信息

D.

广告媒介

E.

广告受众

标准答案 : ABCDE

123

组织的外在形象包括

A.

组织目标

B.

组织哲学

C.

典礼仪式

D.

公开活动

E.

组织风气

标准答案 : CD

124

简述赞助的作用。

标准答案 : ①表明自己承担社会责任; ②培养与社会公众的良好感情; ③通过赞助活动做广告。

125

简述舆论的作用。

标准答案 : ①制约与监督作用; ②鼓动作用; ③指导作用。

126

从行为方式角度可将公关活动分为哪几类?

标准答案 : ①建设型公关; ②维系型公关; ③进攻型公关; ④防御型公关; ⑤矫正型公关。

127

简述产品定位的客观依据。

标准答案 : ①关于产品的调查研究; ②关于消费者的调查研究; ③关于市场情况的调查研究; ④关于竞争对手的调查研究; ⑤关于传播媒体的调查研究; ⑥关于流通领域情况的调查研究。

128

简述公关公司服务的特点。

标准答案 : ①较为客观公正; ②技术全面,专业性强; ③较灵活,适应性强; ④关系较疏远; ⑤运作成本较高。

129

简述公关危机管理的原则。

标准答案 : ①及时性原则; ②主动性原则; ③真实性原则; ④公开性原则; ⑤战略性原则; ⑥公众至上原则。

130

试述报纸传播的优点和缺点。

标准答案 : 优点: ①可充分处理论题。 ②选择性强。 ③易于保存,易于检索。 ④专业性强。 ⑤经济性。 缺点: ①时效性差。 ②读者的受局限性。 ③报纸的现场感、形象感较差。

131

试述组织形象调查的内容。

标准答案 : (1)组织自我形象分析: ①组织实态的调查分析。 ②员工阶层的调查研究。 ③管理阶层的调查分析。 ④决策阶层的研究分析。 (2)组织实际形象分析: ①公众辨认与分析。 ②组织形象地位测量。 ③组织形象要素分析。 (3)组织形象差距分析。

132

H市某商场是东北地区经营俄罗斯商品比较知名的商场。由于某种原因，2022年开始没有营业。2023年该商场经过重新装修，准备于近期开业。小李是该商场公关部门的工作人员，领导让他负责筹备开业典礼工作。 结合公关专题活动相关知识，小李在开业典礼前应该做好哪些工作?

标准答案 : ①在典礼前一星期左右对出席典礼的宾客、新闻记者发出邀请;对重要人物是否出席要逐一落实。 ②要写好热情庄重的发言稿。 ③拟定好开业典礼的程序。 ④安排好工作人员;布置好场地环境;准备好典礼所需的设备和物品等。

133

简述公关危机的特征。

标准答案 : ①突发性； ②不确定性； ③舆论关注性； ④连锁”破坏性； ⑤溢出效应”。

134

试述电视传播的优点和缺点。

标准答案 : 优点：①视听兼备，声画并茂；②现场感强，可信度高；③近距离观赏，亲切自由；④传播内容的兼容性、开放性。 缺点：①反映信息的表面性；②反映的不可再现性；③费用较高。

135

试述组织形象的构成。

标准答案 : 组织的产品形象；组织的管理形象；组织的人员形象：组织的环境形象；组织的文化形象；组织的社区形象；组织的标识形象：组织的媒介形象。

136

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?

标准答案 : (1)原因： ①该广告宣传语在社会中形成一个热门话题，并直接地与该公司的产品挂钩，从而达到良好的传播效果。 ②大众传播媒介具有一种选择并突出某种问题，从而使这些问题引起大众和社会重视的功能。 (2)基本观点： ①各种传播媒介对传播信息的“过滤作用”。 ②面对传播过多的信息环境，公众常常感到无所适从。

137

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

标准答案 : A

138

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

标准答案 : C

139

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

标准答案 : D

140

“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

标准答案 : B

141

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

标准答案 : C

142

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

标准答案 : C

143

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

标准答案 : C

144

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

标准答案 : ABCDE

145

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

标准答案 : ABCD

146

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

标准答案 : ABC

147

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

标准答案 : ABCDE

148

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

标准答案 : ABCDE

149

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

标准答案 : ABCD

150

电子媒介包括

A.

电视

B.

电影

C.

互联网

D.

广播

E.

报纸

标准答案 : ABCD

151

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

标准答案 : ABCDE

152

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

标准答案 : ABCDE

153

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

标准答案 : ABCD

154

简述赞助活动的种类。

标准答案 : ①攒助体育活动 ②攒助新闻出版、文化艺术事业： ③赞助教育和科研事业； ④攒助福利事业和受灾地区。

155

简述舆论的基本要素。

标准答案 : ①作为舆论对象的人或事件； ②作为舆论主体的公众； ③作为舆论现象本身的意见。

156

简述公共关系策划的特征。

标准答案 : ①目标性； ②思想性； ③创造性； ④程序性； ⑤灵活性 ⑥时机性

157

简述产品定位的客观依据。

标准答案 : ①关于产品的调查研究； ②关于消费者的调查研究； ③关于市场情况的调查研究； ④关于竞争对手的调查研究； ⑤关于传播媒体的调查研究； ⑥关于流通领域情况的调查研究。

158

简述展览会的特点。

标准答案 : ①传播媒介的多样性； ②传播方式的直观性； ③双向沟通的直接性； ④传播过程的高效性。

159

展览会的特点有

A.

传播媒介的多样性

B.

组织哲学

C.

传播方式的直观性

D.

组织风气

E.

传播过程的高效性

标准答案 : ACDE

160

构成组织内在形象的要素有

A.

传播媒介的多样性

B.

传播媒介的一元性

C.

整体统一

D.

独特个性

E.

共享代言人

标准答案 : ABCD

161

对于危机传播的研究主要集中的学科包括

A.

传播学

B.

伦理学

C.

管理学

D.

公共关系学

E.

法学

标准答案 : ACD

162

简述公共关系人员的公关意识。

标准答案 :

①形象意识；

②服务意识；

③互惠意识；

④沟通意识；

⑤长远意识；

⑥创新意识。

163

简述公众的特点。

标准答案 :

①群体性；

②共同性;

③多样性;

④变化性;

⑤相关性。

164

简述态度的形成与改变的制约因素。

标准答案 :

①社会因素;

②团体因素;

③宣传因素;

④个性因素；

⑤态度系统特性因素。

165

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

166

简述庆典活动的类型。

标准答案 :

①开幕（开业）庆典;

②周年庆典;

③乔迁庆典;

④重大成果庆典;

⑤受到特殊嘉奖庆典。

167

简述组织自我形象分析的内容。

标准答案 :

①组织实态的调查分析;

②员工阶层的调查研究;

③管理阶层的调査分析;

④决策阶层的研究分析。

168

试述媒体组合的目标应满足的要求。

标准答案 :

①要有利于实现组织信息在内容和表现形式方面的系列化

②要有利于组织树立良好的产品或服务形象;

③要有利于信息有针对性地达到目标受众、影响目标受众;

④要有利于组织针对竞争对手的信息传播开展有力进攻或实施有效的防御；

⑤要有利于信息传播的时机性要求;

⑥媒体组合本身要实现多样性。

169

试述质疑头脑风暴法的内容。

标准答案 :

质疑头脑风暴法要先召开两个会议。第一个会议完全遵从直接头脑风 暴法的原则,第二个会议则是对第一会议提岀的已经系统化的设想进行 质疑。对设想进行质疑可分为三个阶段。

第一阶段,对与会者所提出的每一个设想都要进行质疑和全面评价,以便研究 有碍设想实现的问题。

第二阶段，对每一组甚至每一个设想，编制一个评论意见一览表以及可行设想 一览表。

第三阶段，对质疑过程中提出的评价意见进行估价，以便形成一个对解决所论 问题实际可行的最终设想一览表。

170

1999年6月，比利时和法国发生了可口可乐中毒事件。整个事件都由设在美 国亚特兰大的可口可乐公司总部负责新闻发布。在近一个星期里，公司总部只是在 公司网站上粘贴了一份专业调查报道，没有通过媒体向其消费者表示任何对此次事 件的关切和其他信息。这种态度导致比利时和法国政府强烈要求可口可乐公司收 回所有产品，很多消费者拒绝购买可口可乐产品。请用公共关系危机的相关知识分析该事件。

标准答案 :

在此次中毒事件中，可口可乐公司最大的失误是没有使比利时和法国的分公司 管理层充分参与该事件的沟通并且及时作出反应。

当公共关系危机发生后，媒体的传播功能非但不会减弱,反而呈现岀高度的关 注性。媒体对危机事件的集中报道会引发公众的高度关注，即媒体能够 充分发挥议题设置功能。

危机状态下的组织对这种舆论关注性通常会有两类反应:一种是能够积极配合 媒体，将组织及时处理危机事件的态度、勇于承担责任的组织形象通过媒体传 播给公众，利用舆论关注转危为安。相反，另一种则表现为无视媒体的 这种传播效应,拒绝与媒体合作，不提供信息或向媒体提供不真实的信息，使组 织的危机更加恶化。

171

从全局的高度,用有限的经费，对媒体资源进行合理配置和利用，以取得最佳的信息

传播效果的过程是

A.

媒体选择

B.

媒体传播

C.

媒体组合

D.

媒体规划

标准答案 : C

172

非语言符号可为其他非语言传播加上某种注解，这体现的非语言传播的特性是

A.

传播性

B.

情境性

C.

可信性

D.

隐喻性

标准答案 : D

173

被后人誉为公共关系之父的是.

A.

艾维·李

B.

巴纳姆:

C.

海斯

D.

爱德华·伯尼斯

标准答案 : A

174

国际公共关系协会成立的时间是

A.

1952年

B.

1953年.

C.

1954年

D.

1955年

标准答案 : D

175

简述公关策划的作用。

标准答案 : ①是市场经济发展的客观要求;(2分) ②是企业经营管理的重要任务;(1分) ③是塑造组织形象的关键;(1分) ④是公关活动成功的保证。(1分)

176

简述赞助活动的实施步骤。

标准答案 : ①确定专人负责;(2分) ②确定赞助政策;(1分) ③进行前期研究;(1分) ④测定、评估效果。(1分)

177

试述组织处理与内部公众关系的艺术。

标准答案 : ①树立“内部公众第一”的思想,正确认识内部公众在组织中的主人翁地位。(3分) ②传播沟通,增强内部公众的民主与参与意识。(3分) ③开展丰富多彩的活动,进行感情投资。(2分) ④善于做思想工作,培养内部公众的忠诚心。(2分)

178

公关人员公关意识的核心是

A.

互惠意识

B.

服务意识

C.

沟通意识

D.

形象意识

标准答案 : D

179

组织最重要的基本目标公众是

A.

内部公众

B.

社区公众

C.

顾客公众

D.

媒介公众

标准答案 : A

180

试述组织形象的构成。

标准答案 : ①组织的产品形象。(2分) ②组织的管理形象。(2分) ③组织的人员形象。(1分) ④组织的环境形象。(1分) ⑤组织的文化形象。(1分) ⑥组织的社区形象。(1分) ⑦组织的标识形象。(1分) ⑧组织的媒介形象。(1分)

181

最近几年，×××大学校门平时把守很严，但每年到填报高考志愿的时候，该校设立“×××大学开放日”,打开校门，热情地邀请学生和家长进校参观咨询。校门一开，该校接待员热情接待，领着成群结队的中学生和家长参观，一边介绍情况，一边耐心地解答问题，还举办各种丰富多彩的活动，极力向参观者推介学校的形象。 (1)该校开展的活动属于公关专题活动中的哪种类型? (2)组织案例中这种公关专题活动应注意哪些问题?

标准答案 : (1)属于对外开放参观。(2分) (2)组织对外开放参观应注意以下问题: ①目的。(1分) ②规模。(1分) ③时间。(1分) ④人员。(1分) ⑤准备宣传材料。(1分) ⑥选择参观线路。(1分) ⑦做好解说和接待工作。(1分) ⑧对参观者一视同仁。(1分)

182

社会组织的目标公众中最具有权威性的是

A.

社区公众

B.

顾客公众

C.

媒介公众

D.

政府公众

标准答案 : D

183

在马斯洛的需要层次论中，希望与伙伴和同事之间和睦相处的需要是

A.

生理的需要

B.

社交的需要

C.

尊重的需要

D.

自我实现的需要

标准答案 : B

184

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

185

在知觉的偏见中，固定的僵化印象对人的知觉的影响是

A.

首因效应

B.

近因效应

C.

定型作用

D.

晕轮效应

标准答案 : C

186

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

187

直接头脑风暴法的提出者是

A.

奥斯本

B.

西蒙

C.

泰罗

D.

弗鲁姆

标准答案 : A

188

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

189

受广告主委托，负责广告活动的策划与执行的广告经营机构是

A.

媒体

B.

点子公司

C.

广告代理商

D.

广告协会

标准答案 : C

190

广告策划的基础是

A.

媒介选择

B.

广告定位

C.

广告创意

D.

市场调查

标准答案 : D

191

某公司为庆祝其产品抽查合格率全国第一而进行的庆典活动属于

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 : C

192

组织识别系统中最具传播力与传染力的要素是

A.

理念识别系统

B.

行为识别系统

C.

视觉识别系统

D.

知觉识别系统

标准答案 : C

193

在VIS中，应用最广泛、使用频率最多的要素是

A.

标志

B.

标准字

C.

标准色

D.

组织造型

标准答案 : A

194

将组织形象划分为组织正面形象与负面形象所依据的标准是

A.

组织的内外在表现

B.

主客观属性

C.

接受者的范围

D.

社会公众的评价态度不同

标准答案 : D

195

公关危机最为明显的特征是

A.

不确定性

B.

突发性

C.

连锁破坏性

D.

溢出效应

标准答案 : B

196

在危机传播理论模式中，焦点事件理论的提出者是

A.

威廉·班尼特

B.

托马斯·伯克兰

C.

格鲁尼格

D.

斯蒂文·芬克

标准答案 : B

197

组织内部设置公关部门可选的基本模式有

A.

部门隶属型

B.

部门并列型

C.

高层领导直属型

D.

矩阵型

E.

公共关系委员会

标准答案 : ABCE

198

下列公众属于组织外部公众的有

A.

消费者

B.

协作者

C.

竞争者

D.

政府官员

E.

社区居民

标准答案 : ABCDE

199

公共关系的定义众说纷纭，其中有代表性的定义包括

A.

管理论

B.

传播论

C.

博弈论

D.

咨询论

E.

社会关系论

标准答案 : ABDE

200

影响和改变态度的因素主要有

A.

自然因素

B.

社会因素

C.

团体因素

D.

宣传因素

E.

个性因素

标准答案 : BCDE

201

下列属于电子媒介的有

A.

电视

B.

电影

C.

杂志

D.

广播

E.

报纸

标准答案 : ABD

202

根据专家人数，专家策划法一般分为

A.

个人判断策划法

B.

集团头脑风暴法

C.

名义小组技术法

D.

五力分析法

E.

创意策划法

标准答案 : AB

203

广告主题的构成要素主要有

A.

广告目标

B.

广告媒介

C.

信息个性

D.

信息共性

E.

消费心理

标准答案 : ACE

204

展览会的特点有

A.

传播对象的确定性

B.

传播媒介的多样性

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 : BCDE

205

组织自我形象分析包括

A.

组织实态的调查分析

B.

员工阶层的调查研究

C.

管理阶层的调查分析

D.

快策阶层的研究分析

E.

组织实际形象调查分析

标准答案 : ABCD

206

依据公关危机性质，公关危机可以划分为

A.

企业公关危机

B.

政府公关危机

C.

产品危机

D.

服务危机

E.

形象危机

标准答案 : CDE

207

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;(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沟通媒介;(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)

208

在爱德华·伯尼斯的著作中，被称为公共关系理论发展史的“第一个里程碑”的专著是

A.

《公众舆论的形成》

B.

《公共关系学》

C.

《修辞学》

D.

《高卢战记》

标准答案 : A

209

公关一般人员有哪些?

标准答案 : ①调查分析人员;(1分) ②计划人员;(1分) ③传播人员;(1分) ④文秘人员;(1分) ⑤专门技术人员。(1分)

210

简述公众的特点。

标准答案 : ①群体性;(1分) ②共同性;(1分) ③多样性;(1分) ④变化性;(1分) ⑤相关性。(1分)

211

影响知觉选择性的主观因素有哪些?

标准答案 : ①需要和动机;(1分) ②兴趣;(1分) ③性格;(1分) ④气质;(1分) ⑤经验知识。(1分)

212

将展览会分为宣传展览会和贸易展览会的标准是

A.

性质

B.

场地

C.

商品种类

D.

规模

标准答案 : A

213

公共关系策划的生命力是

A.

公关策划的目标性

B.

公关策划的思想性

C.

公关策划的创造性

D.

公关策划的时机性

标准答案 : C

214

公共关系的行为主体是

A.

相关公众

B.

组织机构

C.

传播沟通媒介

D.

具体个人

标准答案 : B

215

企业对知识竞赛提供的赞助属于

A.

赞助教育事业

B.

赞助文艺事业

C.

赞助福利事业

D.

赞助科研事业

标准答案 : B

216

橱窗陈列展览属于

A.

露天展览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览

标准答案 : D

217

一种影响和制约着组织的政策和行为的经营观念和管理哲学被称为

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

218

公共关系的过程和方式是

A.

组织

B.

传播

C.

公众

D.

形象

标准答案 : B

219

按公共关系活动的作用，可将公共关系目标划分为

A.

长期目标

B.

进攻型目标

C.

近期目标

D.

防守型目标

E.

特殊目标

标准答案 : BD

220

从管理作用上看,公共关系部门在组织总体中扮演的角色是

A.

领导

B.

中介

C.

监督

D.

核心

标准答案 : B

221

通才式的公关人才可视为

A.

具体工作人才

B.

领导型人才

C.

专业型人才

D.

辅助型人才

标准答案 : B

222

企业赞助环保机构的活动属于

A.

赞助福利事业

B.

赞助文化事业

C.

赞助教育事业

D.

赞助科研事业

标准答案 : A

223

智力激励法又称为

A.

个人头脑风暴法

B.

质疑头脑风暴法

C.

集团头脑风暴法

D.

直接头脑风暴法

标准答案 : D

224

MIS指的是

A.

视觉识别系统

B.

组织识别系统

C.

行为识别系统

D.

理念识别系统

标准答案 : D

225

组织内部设置公共关系部门的基本模式有

A.

部门隶属型

B.

部门并列型

C.

高层领导直属型

D.

公共关系委员会

E.

矩阵型

标准答案 : ABCD

226

公共关系领导人员的特殊工作包括

A.

确定工作目标与制定工作计划

B.

领导全体公关工作人员开展工作

C.

出席组织最高领导层的工作会议

D.

充当组织的发言人

E.

充当组织的外交代表

标准答案 : CDE

227

下列属于临时公众的有

A.

因为飞机航班误点而滞留机场的旅客

B.

足球场闹事的球迷

C.

社区居民

D.

“广交会”的来宾

E.

老主顾

标准答案 : AB

228

追随流行的心理原因有

A.

从众

B.

模仿

C.

求新欲望

D.

自我防御

E.

自我显示

标准答案 : ABCDE

229

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.

不利于检索

标准答案 : ABCD

230

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.

共享代言人

标准答案 : ABCD

231

公共关系的客体即公共关系的工作对象是

A.

民众

B.

群众

C.

公众

D.

大众

标准答案 : C

232

传播学中，总体研究范畴的规划者是

A.

拉斯韦尔

B.

伯尼斯

C.

马斯洛

D.

布林

标准答案 : A

233

提出“两级传播论”的美国社会学家是

A.

弗鲁姆

B.

阿基里斯

C.

拉扎斯菲尔德

D.

林德布鲁姆

标准答案 : C

234

人类进入信息传递的第二个媒介形态是

A.

手抄媒介阶段

B.

电子媒介阶段

C.

口语媒介阶段

D.

印刷媒介阶段

标准答案 : A

235

聋哑人的手语属于

A.

视觉语言

B.

行动语言

C.

标记语言

D.

物体语言

标准答案 : C

236

财力、精力花费最少，使用最方便的传媒形式是

A.

广播

B.

报纸

C.

电视

D.

网络

标准答案 : A

237

形象修复理论的提出者是

A.

芬克

B.

班尼特

C.

伯克兰

D.

格鲁尼格

标准答案 : B

238

米特罗夫将危机管理分为信号侦测、探测和预防、控制损害以及恢复阶段和

A.

学习阶段

B.

萌芽阶段

C.

解决阶段

D.

蔓延阶段

标准答案 : A

239

公关的基本功能包括

A.

收集信息

B.

辅助决策

C.

传播推广

D.

协调沟通

E.

提供服务

标准答案 : ABCDE

240

公关人员培养的原则包括

A.

理论与实践相结合

B.

科学理论知识与思想品德教育相结合

C.

因材施教、因人施教

D.

专业知识与综合知识相结合

E.

培训与自我教育相结合

标准答案 : ABCD

241

根据对组织的态度，可将公众划分为

A.

顺意公众

B.

逆意公众

C.

边缘公众

D.

稳定公众

E.

周期公众

标准答案 : ABC

242

公关危机的特征有

A.

突发性

B.

不确定性

C.

“连锁”破坏性

D.

舆论关注性

E.

“溢出效应”

标准答案 : ABCDE

243

流行的特点包括

A.

稳定性

B.

新奇性

C.

时效性

D.

周期性

E.

两极性

标准答案 : BCDE

244

组织形象策划的基本特性有

A.

主观性与客观性的统一

B.

整体性与个体性的统一

C.

统一性与差异性的结合

D.

科学性与艺术性的统一

E.

恒定性与变通性的统一

标准答案 : ACE

245

受众选择“3S”论认为，受众选择过程表现为

A.

选择性传播

B.

选择性沟通

C.

选择性注意

D.

选择性理解

E.

选择性记忆

标准答案 : CDE

246

公关活动的行为方式有

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

247

写作新闻稿的基本要求有

A.

旁征博引

B.

主题突出

C.

简明扼要

D.

生动活泼

E.

想象丰富

标准答案 : BCD

248

根据展览会的性质可将展览会分为

A.

宣传展览会

B.

贸易展览会

C.

室内展览会

D.

室外展览会

E.

混合商品展览会

标准答案 : AB

249

简述网络新媒体的优点。

标准答案 : ①兼容性； ②互动性； ③全球性； ④存储与检索； ⑤ 即时性； ⑥针对性强。 [评分参考]答对每个要点给1分，任答对5个要点给满分5分。

250

简述追随流行的心理原因。

标准答案 : ①从众与模仿；(1分) ②求新欲望；(1分) ③自我防御与自我显示；(1分) ④ 追随流行有个别差异。(2分)

251

简述公关危机管理的主要内容。

标准答案 : ①调查了解、获取第一手资料；(1分) ②制定暂时的对外传播时间表；(1分) ③启动危机管理小组，制定危机管理计划；(1分) ④危机管理；(1分) ⑤总结经验。(1分)

252

简述市场跟进者的定位策略。

标准答案 : ①在消费者心目中强化自己的特点；(1分) ②寻找为消费者所重视的、尚未被市场领导者占领的定位；(2分) ③退出竞争性定位，寻找新定位；(1分) ④ 通过进入“高级俱乐部”的策略来提高自己的定位。(1分)

253

简述开业典礼的一般程序。

标准答案 : ①主持人宣布典礼开始，奏国歌等；(1分) ②介绍来宾；(1分) ③剪彩、题词等；(1分) ④有关领导和来宾致词；(1分) ⑤安排其他助兴节目。(1分)

254

标志在VIS中具有哪些特性？

标准答案 : ①识别性； ②领导性； ③同一性； ④时代性； ⑤延伸性； ⑥系统性。 [评分参考]答对每个要点给1分，任答对5个要点给满分5分。

255

中国公关协会成立的时间为

A.

1987年

B.

1985年

C.

1975年

D.

1965年

标准答案 : A

256

公关人员职业心理的最基本要求是

A.

开放

B.

热情

C.

服务

D.

自信

标准答案 : D

257

试述处理与顾客公众关系的艺术。

标准答案 : (1)树立为公众服务的思想，确立“顾客就是上帝”的观念；(2分) (2)适应顾客公众的需要，不断创新，提供优质产品；(2分) (3)想顾客公众所想，急顾客公众所急，为顾客公众提供一流服务；(2分) (4)妥善处理与顾客间的纠纷，组织与顾客间冲突的原因主要有：(4分) ①顾客的物质利益受到损害； ②顾客的精神利益受到损害； ③顾客自身情绪不佳； ④极少数顾客故意寻衅。

258

试述公共关系策划书的构成要素。

标准答案 : ①what- 策划的目的和内容；(1分) ②who- 策划组织者，策划人及策划所涉及的公众；(2分) ③where- 策划实施地点；(1分) ④when- 策划实施时机；(1分) ⑤why- 策划的缘由；(1分) ⑥how,策划的方法和实施的形式；(2分) ⑦howmuch- 策划的预算；(1分) ⑧effect- 策划结果的预测。(1分)

259

公关公司按经营方式可分为合作型公司和

A.

专项业务服务公司

B.

专门业务服务公司

C.

独立型公司

D.

综合服务咨询公司

标准答案 : C

260

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

261

英航公司所属波音747客机008号班机，准备从伦敦飞往日本东京时，因故障推迟起飞20小时。为了不使在东京候此班机回伦敦的乘客耽误行程，英航公司公关人员及时与这些乘客沟通并帮助这些乘客换乘其他公司的飞机。经公关人员的努力，共190名乘客接受了英航公司的妥当安排，分别改乘别的班机飞往伦敦。但其中有一位日本老太太叫大竹秀子，说什么也不肯换乘其他班机，坚决要乘英航公司的008号班机。无奈，公关人员只好与公司协商，重新安排008号班机从伦敦起飞，抵达东京后返回伦敦。于是，东京——伦敦，航程达13000公里，008号班机上只载着一名旅客——大竹秀子。据估计，这次只有一名乘客的国际航班使英航公司大约损失10万美元。 从表面上看，此次事件对英航公司造成很大损失，但换个角度看，该公司也获得巨大收获。正是由于英航公司公关人员的努力，使英航公司在世界旅客心目中树立了良好的企业形象。 （1）请用所学知识分析英航公司公关人员所具备的公关意识。 （2）请思考除此之外，公关人员还应具备何种意识？

标准答案 : (1)案例反映出英航公司公关人员具备过硬的公关意识，具体为：形象意识、 (2分)服务意识、(2分)沟通意识、(2分)长远意识。(2分) (2)公关人员还应具备的意识有：互惠意识(1分)和创新意识(1分)等。

262

赞助活动的最大特色是其

A.

“利他性”

B.

“利己性”

C.

“娱乐性”

D.

“教育性”

标准答案 : A

263

公关特别节目又可称为

A.

公关策划活动

B.

公关传播活动

C.

公关专题活动

D.

公关危机管理活动

标准答案 : C

264

能力、气质和性格等因素属于影响和改变态度的

A.

社会因素

B.

团体因素

C.

宣传因素

D.

个性因素

标准答案 : D

265

在组织识别系统中，传播力量最为具体而直接的系统是

A.

理念识别系统

B.

心理识别系统

C.

行为识别系统

D.

视觉识别系统

标准答案 : D

266

为避免他人从后窗窥视家庭隐私，香港一家百叶窗企业在报上连续刊登题为“请留心你家的后窗”的销售广告，其生意顿时兴隆起来。其采用的公关传播模式为

A.

5W模式

B.

把关人模式

C.

两级传播模式

D.

议题设置模式

标准答案 : D

267

属于媒介中物理能力的选项为

A.

符号

B.

声波

C.

象征

D.

文字

标准答案 : B

268

库尔特·卢因称那些能够对信息的提供、制作、编辑和报道采取“疏导”与“抑制”行为的关键人物为

A.

策划人

B.

创意人

C.

把关人

D.

监督人

标准答案 : C

269

混合商品展览会又称

A.

横向展览会

B.

纵向展览会

C.

宣传展览会

D.

贸易展览会.

标准答案 : A

270

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

271

整合营销传播的最基础形式是

A.

关系管理的整合

B.

功能的整合

C.

认知的整合

D.

形象的整合

标准答案 : C

272

组织形象的“软件”部分指的是

A.

组织的管理形象

B.

组织的环境形象

C.

组织的文化形象

D.

组织的社区形象

标准答案 : C

273

“社会上大多数人对组织的看法和意见的公开表达”指的是公关概念中的

A.

组织

B.

舆论

C.

形象

D.

关系

标准答案 : B

274

“刻板印象”指的是

A.

首因效应

B.

定型作用

C.

近因效应

D.

晕轮效应

标准答案 : B

275

不仅要“听其言”，还要“观其行”，说明非语言传播具有

A.

组合性

B.

传播性

C.

可信性

D.

情境性

标准答案 : C

276

将危机定义为“有可能变好或变坏的转折点或关键时刻”的是

A.

赫尔曼

B.

英文韦氏词典

C.

乌里尔·罗森塔尔

D.

巴顿

标准答案 : C

277

公关危机决策在本质上是

A.

确定性决策

B.

不确定性决策

C.

科学决策

D.

常规决策

标准答案 : B

278

2015年3月15日，权威媒体播报了某餐饮企业售卖假鸭血的新闻。新闻一经播出，公众哗然，公司股价当日下跌3%。在事件发生的12小时内，该公司连发三条微博，内容如下：其一，公司对此事高度重视，将联合有关方面展开调查，以贯彻品质至上、对消费者负责的经营理念；其二，公司将立即停售、封存全部鸭血产品，并且公布公司的媒体联络方式；其三，公司将积极配合政府部门取样检测，对于给广大消费者带来的担忧和不便深表歉意。3月26日，官方检测结果显示，鸭血产品质量没有问题。公司随即宣布恢复鸭血产品售卖，并且感谢媒体为公众食品安全付出的努力。此后的一周，该公司的股价上涨了33%。 该案例体现出公关危机管理的哪些原则?

标准答案 : 该案例体现了以下公关危机管理的原则： 快速反应原则：公司在事件发生后的12小时内立即做出反应，连发三条微博，表明了对事件的重视和解决问题的决心，避免了舆论的进一步扩散和公众的猜测和疑虑。 坦诚沟通原则：公司在微博中公开承认问题，承诺展开调查和配合政府部门取样检测，同时表示对消费者带来的困扰深表歉意，展现出了坦诚和透明的态度，赢得了公众的信任和认可。 主动积极原则：公司在危机发生后没有被动等待，而是主动采取措施，如立即停售、封存全部鸭血产品，积极配合政府部门取样检测等，表现出了积极的态度和行动，避免了事态的恶化

279

在我国政府中，具有公关性质的部门有

A.

新闻办

B.

信访局

C.

交际处

D.

联络处

E.

对外宣传处

标准答案 : ABE

280

公关的基本要素包括

A.

行为主体

B.

沟通对象

C.

工作手段

D.

过程

E.

目标

标准答案 : ABCE

281

根据关系的重要程度，可将公众划分为

A.

首要公众

B.

次要公众

C.

临时公众

D.

周期公众

E.

稳定公众

标准答案 : AB

282

影响知觉选择性的客观因素包括

A.

知觉对象本身的特征

B.

对象和背景的差别

C.

对象的组合

D.

需要

E.

知识

标准答案 : ABC

283

传播的对象分析主要包括

A.

传播对象的心理

B.

传播对象的劝服

C.

传播的媒介环境

D.

传播的效果类型

E.

传播的宣传方法

标准答案 : ADE

284

广告的商业功能有

A.

沟通产销，刺激需求

B.

了解心态，掌握需要

C.

扩大销售，加速流通

D.

加强沟通，传播文化

E.

鼓励竞争，活跃经济

标准答案 : ACE

285

新闻发布会的工作环节包括

A.

确定主题

B.

确定邀请对象

C.

会前准备

D.

主持会议

E.

收集反馈信息

标准答案 : ABCDE

286

根据规模可将展览会分为

A.

大型综合展览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览会

E.

露天展览会

标准答案 : ABCDE

287

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

288

侧重从传播属性认识公共关系的学者是

A.

雷克斯·哈罗

B.

弗兰克·杰夫金斯

C.

詹姆斯·格鲁尼格

D.

蔡尔滋

标准答案 : B

289

公关意识的核心是

A.

服务意识

B.

互惠意识

C.

沟通意识

D.

形象意识

标准答案 : D

290

MIS是指

A.

行为识别系统

B.

视觉识别系统

C.

理念识别系统

D.

心理识别系统

标准答案 : C

291

将公关公司划分为合作型公司与独立型公司的标准是

A.

经营方式

B.

内部业务

C.

人员组成

D.

工作范围

标准答案 : A

292

首次提出心理感应抗拒理论的美国心理学家是

A.

法约尔

B.

马斯洛

C.

布林

D.

麦格雷戈

标准答案 : C

293

能够为思维提供感觉信息的心理因素是

A.

性格

B.

态度

C.

需要

D.

知觉

标准答案 : D

294

“随大流”指的是

A.

从众心理

B.

逆反心理

C.

抗拒心理

D.

自卑心理

标准答案 : A

295

根据卢斯契和基斯的分类，交警的指挥手势属于

A.

行动语言

B.

标记语言

C.

物体语言

D.

书面语言

标准答案 : B

296

人类传播发展史上第二座重要的里程碑是

A.

语言

B.

印刷术

C.

文字

D.

电子技术

标准答案 : B

297

公关策划的生命力在于其

A.

灵活性

B.

程序性

C.

时机性

D.

创造性

标准答案 : D

298

“人的一切行为，都是为了利益的获取”出自

A.

马克思

B.

恩格斯

C.

列宁

D.

毛泽东

标准答案 : A

299

组织的理念识别系统具体表现为组织的

A.

经营信条

B.

精神标语

C.

座右铭

D.

经营策略

E.

标志

标准答案 : AE

300

组织造型或“吉祥物”设计题材的类型有

A.

山水类

B.

人物类

C.

动物类

D.

植物类

E.

产品类

标准答案 : CD

301

整合营销的最高阶段是

A.

形象的整合

B.

关系管理的整合

C.

功能的整合

D.

协调的整合

标准答案 : C

302

承担广告费用的是

A.

广告媒介

B.

广告代理商

C.

广告受众

D.

广告主

标准答案 : D

303

简述网络传播的缺点。

标准答案 : 网络传播的缺点包括： 信息良莠不齐：网络上的信息质量参差不齐，有些信息可能是准确的，但也有很多信息是错误的或者虚假的。 具有隐蔽性：在网络上，人们可以匿名发布信息，这使得一些人可以利用这个特点进行虚假宣传、造谣生事等不良行为。 传播效率低下：在网络上传播信息非常容易，但是要确保信息的准确性和可靠性需要花费很多时间和精力，因为需要不断地筛选和验证信息。 容易使人沉迷于虚幻世界：网络是一个虚拟的世界，人们很容易沉迷其中，忽略现实生活和社交关系。 语言表达存在歧义：由于网络通讯的特殊性质，信息传达过程中可能存在因语言表述歧义导致信息理解不准确的问题。 处理环境复杂：互联网世界是一个开放、匿名和去中心化的世界，信息的来源和真实性难以鉴别，需要更多的精力去筛选、辨别和甄别。 个人隐私受损：在线身份泄露、虚拟钓鱼等网络安全问题可能导致用户个人隐私和利益受到威胁。

304

简述公关人员应遵守的道德规范。

标准答案 : 公关人员应遵守以下道德规范： 真诚守信：公关人员应秉持真诚、守信的原则，传达真实、准确的信息，避免虚假宣传和误导公众。 尊重他人：公关人员应尊重公众、客户、媒体等各方利益相关者的权利和需求，不得利用媒体、社交平台等渠道进行恶意攻击或诋毁。 承担社会责任：公关人员应关注社会问题和公共利益，积极参与公益活动，树立企业良好的社会形象。 保持公正公平：公关人员应以公正公平的态度处理各种事务，不偏袒任何一方，避免利用信息不对称进行利益交换。 保护个人隐私：公关人员应尊重用户和公众的隐私权，未经授权不得收集、使用或泄露个人信息。 倡导健康文化：公关人员应积极倡导健康向上的文化价值观，拒绝传播低俗、色情、暴力等内容。 坚持诚信自律：公关人员应自觉遵守职业道德和行业规范，不断提高自身的职业素养和诚信自律意识。 通过遵守这些道德规范，公关人员能够赢得公众信任和尊重，提升企业声誉和品牌形象，实现可持续发展。

305

简述公关的功能。

标准答案 : 公关的功能主要包括以下几个方面： 建立品牌形象：公关活动可以帮助企业建立良好的品牌形象，通过传播企业的价值观、文化、品牌理念等，增强公众对企业的认知度和信任感。 沟通协调：公关人员可以通过与公众、客户、媒体等各方利益相关者进行有效的沟通和协调，增进相互了解和理解，避免误解和冲突。 危机管理：公关人员需要在危机事件发生时，迅速制定应对策略，采取适当的措施，减少危机对企业形象和利益的损害。 市场调研：公关人员可以通过市场调研、竞品分析等方式，了解市场需求和竞争态势，为企业制定市场策略提供参考。 媒体关系：公关人员需要与媒体建立良好的关系，确保企业信息得到准确、及时的报道，提高企业的曝光度和知名度。 内部沟通：公关人员还需要在内部沟通和协调方面发挥作用，促进员工之间的沟通和理解，增强企业凝聚力和向心力。 社会责任：公关人员可以引导企业积极参与社会公益活动，承担社会责任，提升企业的社会形象和公信力。 通过这些功能的发挥，公关可以帮助企业建立良好的公共关系，提升企业形象和品牌价值，促进企业与公众、客户、媒体等各方利益相关者之间的和谐关系。

306

最正规、最庄重的展览会形式是

A.

博览会

B.

纵向展览会

C.

露天展览会

D.

横向展览会

标准答案 : A

307

根据接受者的范围，组织形象可分为

A.

主导形象和辅助形象

B.

正面形象和负面形象

C.

直接形象和间接形象

D.

内部形象和外部形象

标准答案 : D

308

简述影响和改变态度的因素。

标准答案 : 态度是指个人对某一对象或事件的相对稳定的心理倾向。影响和改变态度的因素主要包括以下几个方面： 认知因素：个人的认知和观念对态度产生直接影响。如果个体对某一对象或事件有正面或积极的认知，那么他的态度就会倾向于正面或积极；如果个体对某一对象或事件有负面或消极的认知，那么他的态度就会倾向于负面或消极。 社会文化因素：社会文化背景、价值观、社会规范等都会影响个人的态度。在相似的社会文化背景下，个体对某一对象或事件的态度可能更加相似；而在不同的社会文化背景下，个体对同一对象或事件的态度可能会有所不同。 经验因素：个人过去的经验和经历也会影响其态度。如果个体在过去某一对象或事件的经历中获得了积极的体验，那么他的态度就会倾向于正面或积极；如果个体在过去某一对象或事件的经历中获得了消极的体验，那么他的态度就会倾向于负面或消极。 情境因素：情境因素也会对个体的态度产生影响。例如，在购买过程中，消费者的购买意愿和态度可能受到产品价格、品牌知名度、服务质量等多种因素的影响。 在改变态度时，可以通过以下方法： 提供正面和积极的反馈：给予正面和积极的反馈可以帮助个体改变对某一对象或事件的态度。 激发情感共鸣：通过激发个体的情感共鸣，可以让个体更容易接受和理解某一对象或事件，从而改变其态度。例如，通过广告、营销活动等方式来引起消费者的共鸣和情感反应。 改变情境因素：改变情境因素也可以影响个体的态度。例如，在购买过程中，通过提高服务质量、改善购物环境等方式来影响消费者的购买意愿和态度。 需要注意的是，态度的改变需要时间和努力。改变态度的过程中需要充分考虑个体的认知、情感、文化背景等因素，并采用适当的方法和策略来逐步改变其态度

309

简述公关策划的原则。

标准答案 : 公关策划是公共关系活动的重要环节，以下是公关策划需要遵循的原则： 目标导向：公关策划应该以组织或企业的目标和宗旨为指导，确保公关活动与目标相符，能够有效地实现组织或企业的目标。 利益平衡：公关策划需要充分考虑各方利益相关者的需求和利益，包括公众、客户、员工、股东等，力求实现平衡和共赢。 创新性：公关策划应该具有创新性，通过新颖的创意和独特的方式吸引公众和媒体的关注，提高活动的曝光度和影响力。 可行性：公关策划应该充分考虑活动的可行性和可操作性，避免出现无法实施或效果不佳的情况。 风险控制：公关策划应该充分考虑可能存在的风险和障碍，制定相应的应对措施，降低活动的风险和不确定性。 传播效果：公关策划应该注重活动的传播效果，通过合理的设计和安排，确保信息能够有效地传递给目标受众，提高传播效果和影响力。 社会责任：公关策划应该关注社会责任和公共利益，通过积极履行社会责任来提升企业的形象和声誉。 数据化评估：公关策划应该通过数据化的评估方法来衡量活动的效果和影响力，为组织或企业提供量化的决策依据。 通过遵循这些原则，公关策划能够更好地实现公共关系活动的目标和效果，提高企业的知名度和美誉度。

310

简述整合营销传播的方法。

标准答案 : 整合营销传播（IMC）是一种将各种营销手段和传播方式进行整合，以实现统一的品牌形象和营销目标的策略方法。以下是整合营销传播的方法： 制定统一的品牌战略：在IMC中，企业的品牌战略应该是统一的，包括品牌定位、品牌形象、品牌声音等，确保在各种营销活动中品牌形象的一致性。 整合多种营销渠道：IMC需要将各种营销渠道进行整合，包括广告、促销、公关、数字营销等，使其相互配合，实现最优的营销效果。 以消费者为中心：IMC需要将消费者的需求和反馈置于中心位置，通过了解消费者的行为、需求和偏好，制定个性化的营销策略，提高消费者的参与度和忠诚度。 数字化营销：数字化营销是IMC的重要组成部分，包括搜索引擎优化（SEO）、社交媒体营销、电子邮件营销等，通过数字化手段提高品牌曝光度和销售转化率。 数据分析与优化：IMC需要利用数据分析和挖掘技术，对营销活动进行实时监测和优化，以实现最佳的营销效果。 跨渠道整合：IMC需要将线上和线下的营销渠道进行整合，包括实体店、电商平台、社交媒体等，实现跨渠道的统一品牌体验。 内部协同与合作：IMC需要企业内部的各个部门和团队进行协同与合作，包括市场、销售、客户服务等，确保营销活动的一致性和有效性。 通过这些方法的整合和实施，企业可以实现统一的品牌形象和营销目标，提高品牌知名度和市场竞争力，提升消费者对品牌的忠诚度和满意度。

311

决定组织总体目标和组织形象基本定位的阶层是

A.

决策阶层

B.

员工阶层

C.

行政和技术业务管理阶层

D.

监督阶层

标准答案 : A

312

较为稳定、安全的组织形象管理状态是

A.

高美誉度/高知名度

B.

低美誉度/低知名度

C.

高美誉度/低知名度

D.

低美誉度/高知名度

标准答案 : A

313

试述对外开放参观应注意的问题。

标准答案 : 在对外开放参观中，以下是一些应注意的问题： 安全问题：对外开放参观涉及到贵重物品、机密文件等，需要确保安全。应制定严格的安全措施，如设置安全警卫、限制参观区域、对贵重物品进行保护等，确保参观过程安全有序。 安排和管理：应对参观过程进行合理安排和管理，确保参观流程的顺畅和有效。应制定明确的参观计划，提前预约并核实参观者的身份和资格，确保参观者符合预设的条件和要求。 保护知识产权：在对外开放参观中，需要保护知识产权，如专利、商标、版权等。应制定相关的知识产权保护政策，对参观者进行知识产权保护宣传和教育，避免知识产权的泄露和侵权行为。 遵守法律法规：在对外开放参观中，需要遵守相关法律法规，如海关法、贸易法、国家安全法等。应加强对法律法规的宣传和执行，确保参观者遵守相关法律法规，不进行违法违规行为。 信息保密：在对外开放参观中，需要确保信息的保密性，如商业机密、技术秘密等。应制定严格的信息保密制度，对参观者进行保密教育和管理，确保参观者不泄露机密信息。 接待服务：在对外开放参观中，需要提供良好的接待服务，包括提供咨询、导览、翻译等服务。应提高接待服务的质量和水平，确保参观者得到良好的体验和满意度。 文化交流：在对外开放参观中，可以借助参观过程进行文化交流，增进双方的了解和友谊。应注重文化交流的开展，提供文化交流的机会和条件，促进不同文化之间的交流与融合。 通过注意以上问题，可以确保对外开放参观的顺利进行，提高参观者的满意度和信任度，同时保护企业的利益和形象。

314

试述组织处理与政府公众关系的艺术。

标准答案 : 组织处理与政府公众的关系是组织公共关系的重要组成部分，以下是一些处理与政府公众关系的艺术： 遵循法律法规：组织与政府公众的关系应该建立在遵守法律法规的基础上。组织应该了解和遵守各项法律法规，包括税收法、环保法、商业法等，确保组织的合法合规经营。 建立良好的沟通渠道：组织应该与政府公众建立良好的沟通渠道，包括定期汇报工作、参加听证会、提供咨询建议等。通过良好的沟通，可以增进彼此的了解和信任，避免误解和冲突。 尊重政府公众的权威：组织应该尊重政府公众的权威，包括政府公众的决策、规定和要求等。组织应该主动配合政府公众的工作，遵守相关规定，不进行违法违规行为，以赢得政府公众的信任和支持。 提供支持和合作：组织可以提供政府公众支持和合作，包括提供资金、技术支持、人力资源等。通过提供支持和合作，可以增强组织与政府公众的关系，提高组织的知名度和形象。 关注政策变化：组织应该关注政府公众的政策变化，及时调整自己的战略和业务方向。组织应该了解政府公众的政策意图和目标，积极参与政策制定和执行，以获得更好的政策环境和支持。 保持透明度和诚信：组织应该保持透明度和诚信，包括公开透明地处理与政府公众的关系、遵守承诺、履行责任等。通过保持透明度和诚信，可以提高组织的信誉度和形象，增强与政府公众的关系。 建立危机处理机制：组织应该建立危机处理机制，包括制定危机处理计划、建立应急小组、明确责任分工等。在发生危机时，可以迅速有效地应对和处理，维护组织的形象和声誉。 通过遵循上述艺术，组织可以更好地处理与政府公众的关系，建立良好的合作关系，提高组织的形象和声誉，为组织的长期发展提供有力的支持。

315

财力、精力花费最少，使用最方便的传播媒介是

A.

广播

B.

报纸

C.

电视

D.

网络

标准答案 : A

316

把组织形象划分为内部形象和外部形象的标准是

A.

主客观属性

B.

接受者范围

C.

社会公众评价态度

D.

获取信息媒介渠道

标准答案 : B

317

“我们不生产水，我们只是大自然的搬运工”。这则农夫山泉宣传广告语的播出立时引起公众的广泛关注和热议，为公司产品热销提供了良好宣传效果。请结合公关传播模式中的议题设置论分析该企业的做法。

标准答案 :

①议题设置论认为，大众传播对某些议题的着重和这些议题在受传中重视的程度构成清冽的正相关关系

②该广告宣传语在社会中形成一个热门话题，并直接与农夫山泉的产品挂钩，从而达到良好的传播效果。

③该宣传效果的产生，能够促使企业获得良好的市场效益，实现公关传播的目标，为企业树立了良好的知名度和美誉度。

318

危机管理阶段划分“4R”说的提出者是

A.

斯蒂文·芬克

B.

罗伯特·希斯

C.

米特罗夫一

D.

佩尔森

标准答案 : B

319

企业为部队战士提供文体娱乐设施的活动属于

A.

展览活动

B.

庆典活动

C.

赞助活动

D.

对外开放活动

标准答案 : C

320

公关一般人员包括

A.

领导人员

B.

计划人员

C.

传播人员

D.

文秘人员

E.

专门技术人员

标准答案 : BCDE

321

公关人员在工作中应遵守的道德规范有

A.

公正

B.

正派

C.

对社会负责

D.

真实

E.

保密

标准答案 : ABCDE

322

下列公众属于周期公众的有

A.

节假日期间出现的旅客高峰

B.

招生时节的考生及家长

C.

“广交会”的来宾

D.

社区居民

E.

老主顾

标准答案 : ABC

323

根据公众发展过程的不同阶段，可将公众划分为

A.

非公众

B.

顺意公众

C.

知晓公众

D.

行动公众

E.

边缘公众

标准答案 : ACD

324

公关领导人员的特殊工作包括

A.

确定工作目标与制定工作计划

B.

领导全体公关人员开展工作

C.

出席组织最高领导层的工作会议

D.

充当组织的发言人

E.

充当组织的外交代表

标准答案 : CDE

325

公关基本实务知识包括

A.

公关调研知识

B.

公关策划知识

C.

公众分析知识

D.

社交礼仪知识

E.

公关评估知识

标准答案 : ABCDE

326

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.

蔡尔滋

标准答案 : B

327

公关意识的核心是

A.

形象意识

B.

沟通意识

C.

互惠意识

D.

创新意识

标准答案 : A

328

受众选择“3S”论包括

A.

选择性注意

B.

选择性遗忘

C.

选择性理解

D.

选择性告知

E.

选择性记忆

标准答案 : ACE

329

中国公关职业获得国家有关部门认可的标志是

A.

国家职业资格工作委员会公关专业委员会的成立

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

330

“把关人”概念出自

A.

《原则宣言》

B.

《公共舆论的形成》

C.

《第五项修炼》

D.

《群体生活的渠道》

标准答案 : D

331

公共关系基本费用包括

A.

人工报酬

B.

办公费用

C.

专项资料费用

D.

专项器材费用

E.

广告宣传费用

标准答案 : ABCD

332

提出“两级传播论”的学者是

A.

弗鲁姆

B.

阿基里斯

C.

拉扎斯菲尔德，

D.

林德布鲁姆

标准答案 : C

333

通才式的公关人才可视为

A.

咨询型人才

B.

领导型人才

C.

智囊型人才

D.

辅助型人才

标准答案 : B

334

广告主题的构成要素包括

A.

广告媒介

B.

广告目标

C.

信息个性

D.

消费心理

E.

广告主

标准答案 : BCD

335

影响受传者选择性理解的心理因素包括

A.

知识、地位、动机

B.

动机、认知、兴趣

C.

情感、性格、气质

D.

需要、态度、情绪

标准答案 : D

336

将展览会分为单一商品展览会和混合商品展览会的标准是

A.

展会性质

B.

展览场地

C.

展品种类

D.

展出规模

标准答案 : C

337

赞助活动包括

A.

赞助体育活动

B.

赞助新闻出版和文化艺术事业

C.

赞助教育和科研事业

D.

赞助福利事业和受灾地区

E.

赞助壮举

标准答案 : ABCDE

338

简述庆典活动的类型。

标准答案 :

①开幕庆典

②周年庆典

③乔迁庆典

④重大成果庆典

⑤受到特殊嘉奖庆典

339

聋哑人的手语属于

A.

标记语言

B.

行动语言

C.

物体语言

D.

口头语言

标准答案 : A

340

从全局的高度，用有限的经费对媒体资源进行合理配置和利用，以取得最佳信息传播效果的过程称为

A.

媒体选择

B.

媒体合作

C.

媒体组合

D.

媒体规划

标准答案 : C

341

简述媒体组合的具体策略。

标准答案 :

①备种媒体间的组合

②媒体内部的组合

③媒体中广告内容的组合

342

简述口语媒介的弱点。

标准答案 :

①传播距离短，覆盖范围窄

②口头语言消失迅速，难以直接保存

③口语信恩容易失真

343

把有限的广告费用集中投入到某一特定媒体的方法为

A.

异质化媒体组合

B.

差异化媒体组合

C.

分散型媒体组合

D.

集中型媒体组合

标准答案 : D

344

承载、复制并传递信息的物理形式是

A.

公众

B.

动机

C.

需要

D.

媒介

标准答案 : D

345

简述广告的商业功能。

标准答案 :

①沟通产销.刺徵需求

②扩大销售，加速德通

③鼓励竞争，活跃经济

346

简述赞助的作用。

标准答案 :

①表明自己承担社会责任

②培养与社会公众的良好关系

③通过赞助活动做广告

347

传播媒介发展的第二个阶段是

A.

手抄媒介

B.

口语媒介

C.

印刷媒介

D.

电子媒介

标准答案 : A

348

班尼特的形象修复理论

A.

仅适用于个人

B.

仅适用于组织‘

C.

既适用于组织也适用于个人

D.

既不适用于组织也不适用于个人

标准答案 : C

349

简述公关公司服务的特点。

标准答案 :

①较为客观公正

②技术全面，专业性强

③较灵活，适应性强

④关系较疏远

⑤运作成本高

350

试述传播媒介选择的原则。

标准答案 :

①根据目标受众的特点选择传播媒介

②根据特性及影响力选择传播媒介

③根据信息的特点选择传播媒介

④根据竞争对手的媒介运用状况选择传播媒介

⑤根据经济效益的原则选择传播媒介

351

橱窗陈列展览属于

A.

大型展览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览

标准答案 : D

352

广告代理公司为企业提供一套营销传播服务系统的整合营销传播的方法是

A.

同一外观法

B.

主题线方法

C.

供应面的策划方法

D.

特设会议的方法

标准答案 : C

353

举办展览会应做好哪些准备工作?

标准答案 :

①搞清楚展览会的目的，主题和类型

充分做好本企业展台传播内容的准备工作

②邀请参观者

③向新闻机构采取合适的形式发布消息

④准备好业务洽谈处，组织好工作人员等

⑤对展会的各项费用，要仔细预算，并报上级有关部门批准

354

产品定位的客观依据有

A.

关于产品的调查研究

B.

关于消费者的调查研究

C.

关于市场情况的调查研究

D.

关于传播媒体的调查研究

E.

关于竞争对手的调查研究

标准答案 : ABCDE

355

赞助活动的作用有

A.

表明自己承担社会责任

B.

培养与社会公众的良好感情

C.

提升员工士气

D.

增强企业内聚力

E.

通过赞助活动做广告

标准答案 : ABE

356

CIS的基本构成包括

A.

行为认知系统

B.

理念识别系统

C.

组织理念系统

D.

行为识别系统

E.

视觉识别系统

标准答案 : BDE

357

危机传播领域的理论模式目前有

A.

阶段分析理论

B.

战略分析理论

C.

焦点事件理论

D.

莫斯分析理论

E.

媒体战略理论

标准答案 : ABC

358

简述公共关系人员培养的原则。

标准答案 : ①科学理论知识与思想品德教育相结合; ②理论与实践相结合; ③因材施教、因人施教; ④专业知识和综合知识相结合。

359

简述组织正确处理媒介公众关系要遵循的原则。

标准答案 : ①要以礼相待; ②要以诚相待，实事求事; ③要平等相待; ④要迫不及待。

360

简述态度的特性。

标准答案 : ①态度的社会性; ②态度的针对性; ③态度的协调性; ④态度的稳定性; ⑤态度的两极性; ⑥态度的间接性。

361

简述电视传播的缺点。

标准答案 : 略

362

公共关系的过程和方式是

A.

组织

B.

传播

C.

公众

D.

形象

标准答案 : B

363

影响和制约组织的政策和行为的经营观念和管理哲学被称作是

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

364

简述广告策划的内容。

标准答案 : 略

365

简述卓越理论建构所依赖的模型。

标准答案 : 略

366

试述公共关系策划的作用。

标准答案 : 略

367

如何建立有效的组织形象?

标准答案 : 略

368

哈尔滨，一个名副其实的“啤酒之城”,啤酒赋予这座城市灵性与豪气，彰显这座城市的魅力与个性。一百多年的城市历史伴随着百年的啤酒文化氛围，打造出城市的节日——“中国·哈尔滨国际啤酒节”。 如果你所在的公关公司承办了啤酒节的展览活动，应该如何做才能使该展览会活动取得理想的效果?

标准答案 : 略

369

上海市公共关系协会成立的时间是

A.

1985年

B.

1986年

C.

1987年

D.

1989年

标准答案 : B

370

从管理作用上看，公共关系部门在组织总体中扮演的角色是

A.

领导

B.

监督

C.

中介

D.

核心

标准答案 : C

371

公共关系人员的职业心理的最基本要求是

A.

理智

B.

热情

C.

开放

D.

自信

标准答案 : D

372

通才式的公共关系人才可视为

A.

具体工作人才

B.

领导型人才

C.

智囊型人才

D.

辅助型人才

标准答案 : B

373

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

374

组织最重要的基本目标公众是

A.

顾客公众

B.

社区公众

C.

内部公众

D.

政府公众

标准答案 : C

375

认为教师是文质彬彬的，商人是唯利是图的，这些看法所体现的知觉偏见是

A.

首因效应

B.

近因效应

C.

晕轮效应

D.

定型作用

标准答案 : D

376

马斯洛认为最高层次的需要是

A.

尊重

B.

自我实现

C.

社交

D.

安全

标准答案 : B

377

传播学中，总体研究范畴的规划者是

A.

拉斯韦尔

B.

伯尼斯

C.

马斯洛

D.

布林

标准答案 : A

378

议题设置论研究中，最杰出的研究者是

A.

拉斯韦尔

B.

拉扎斯菲尔德

C.

卢因

D.

麦库姆斯

标准答案 : D

379

在我国，最为大众化的传播媒介是

A.

报纸

B.

广播

C.

电视

D.

杂志

标准答案 : B

380

混合商品展览会又被称作是

A.

综合展览会

B.

宣传展览会

C.

横向展览会

D.

纵向展览会

标准答案 : C

381

为部队战士提供文体娱乐设施的活动属于

A.

展览活动

B.

庆典活动

C.

赞助活动

D.

对外开放活动

标准答案 : C

382

流动车展览属于

A.

露天展览会

B.

中型展览会

C.

小型展览会

D.

袖珍展览会

标准答案 : D

383

在VIS中，应用最广泛、出现频率最多的要素是

A.

标志

B.

标准色

C.

标准字

D.

象征图案

标准答案 : A

384

公共危机最为明显的特征是

A.

突发性

B.

不确定性

C.

舆论关注性

D.

“连锁”破坏性

标准答案 : A

385

“危机经常成为组织的一个转折点”,这句话出自

A.

威廉·班尼特

B.

斯蒂文·芬克

C.

托马斯·伯克兰

D.

迈克尔·里杰斯特

标准答案 : D

386

班尼特的形象修复理论的适用范围是

A.

适用于个人

B.

适用于组织

C.

既适用于组织也适用于个人

D.

既不适用于组织也不适用于个人

标准答案 : C

387

大中型公共关系公司的组织机构包括

A.

行政部门

B.

规划审计部门

C.

专业技术部门

D.

公共关系协会部门

E.

国际和地区部门

标准答案 : ABCE

388

下列选项中，属于稳定公众的有

A.

老主顾

B.

飞机误点滞留机场的旅客

C.

社区居民

D.

足球场闹事的球迷

E.

常客

标准答案 : ACE

389

根据组织的价值取向，可将公众划分为

A.

逆意公众

B.

顺意公众

C.

被追求的公众

D.

不受欢迎的公众

E.

受欢迎的公众

标准答案 : CDE

390

影响受传者选择性理解的心理因素包括

A.

态度

B.

需要

C.

情绪

D.

技能

E.

知识

标准答案 : ABC

1

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

2

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

3

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

4

公共关系行为主体是

A. 组织机构

B. 相关公众

C. 传播沟通媒介

D. 个人

标准答案 : A

5

全员公关培训的对象是组织的

A. 全体公关人员

B. 全体领导人员

C. 全体人员

D. 全体不合格者

标准答案 : C

6

知觉偏见中最近印象的强烈影响是

A. 首因效应

B. 近因效应

C. 晕轮效应

D. 定型作用

标准答案 : B

7

在传播理论研究中，5W模式的提出者是

A. 卢因

B. 拉斯韦尔

C. 麦克库姆

D. 施拉姆

标准答案 : B

8

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

9

往往被置于最显著的位置，甚至被称之为对外传播的首要公众的关系是( 　　)。

A. 媒介关系

B. 顾客关系

C. 政府关系

D. 国际关系

标准答案 : A

10

公共关系对公关人员能力的最基本要求是

A. 良好的组织能力

B. 健全的思维和谋划能力

C. 敏锐的观察能力

D. 能写会说

标准答案 : D

11

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

12

肯定与否定、亲近与疏远体现了态度的

A. 社会性

B. 稳定性

C. 两极性

D. 协调性

标准答案 : A

13

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

14

（ ）是组织形象的客观基础。

A. 组织形象

B. 产品质量

C. 产品形象

D. 个人形象

标准答案 : C

15

组织的门面、招牌、橱窗等属于

A. 组织的管理形象

B. 组织的环境形象

C. 组织的社区形象

D. 组织的文化形象

标准答案 : B

16

下列媒介娱乐性功能最强的是

A. 广播

B. 电视

C. 电影

D. 杂志

标准答案 : B

17

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

18

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

19

民意测验的最后阶段为（ ）

A. 实施调查

B. 整理资料

C. 分析资料

D. 撰写调查报告

标准答案 : D

20

全员公关培训的对象是组织的

A. 全体公关人员

B. 全体领导人员

C. 全体人员

D. 全体不合格者

标准答案 : C

21

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

22

组织内设公共关系部门归属于销售部门，强调公共关系的

A. 宣传功能

B. 服务功能

C. 促销功能

D. 协调功能

标准答案 : C

23

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

24

“时尚文化”是一家为教育和文化类企业提供服务的公关公司，它属于

A. 专项业务服务公司

B. 专门业务服务公司

C. 合作业务服务公司

D. 独立业务服务公司

标准答案 : B

25

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

26

组织危机管理的核心阶段是

A. 事前管理

B. 事中管理

C. 事后管理

D. 仿真演习

标准答案 : B

27

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

28

提出需要层次论的是

A. 霍夫兰

B. 马斯洛

C. 拉斯韦尔

D. 卢因

标准答案 : B

29

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

30

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

31

橱窗陈列展览和流动车展属于

A. 大型的综合展览会

B. 中型展览会

C. 小型展览会

D. 袖珍展览

标准答案 : D

32

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

33

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”。

34

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

35

划分临时公众、周期公众和（ ）公众，是制定公共关系临时对策、周期性政策和稳定策略的依据。

A. 顺意

B. 稳定

C. 逆意

D. 边缘

标准答案 : B

36

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

37

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

38

议题设置论的代表性学者是（ ）

A. 施拉姆

B. 卢因

C. 拉斯韦尔

D. 麦库姆斯

标准答案 : D

39

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

40

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

41

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. 文化形象

B. 产品形象

C. 社区形象

D. 环境形象

标准答案 : C

42

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

43

班尼特的形象修复理论

A. 仅适用于个人

B. 仅适用于组织

C. 既适用于组织也适用于个人

D. 既不适用于组织也不适用于个人

标准答案 : C

44

首次提出需要层次论的文章是

A. 《动机与人格》

B. 《人类动机理论》

C. 《有效的公共关系》

D. 《公众舆论的形成》

标准答案 : B

45

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

46

（）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

47

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

48

公关人员应具备的公关意识中，其核心意识是

A. 塑造形象意识

B. 服务公众意识

C. 沟通交流意识

D. 创新审美意识

标准答案 : A

49

策划公共关系工作方案“六步工作法”的提出者是

A. 奥斯本

B. 杰夫金斯

C. 卢因

D. 哈罗

标准答案 : B

50

在美国开设第一所公共关系学院的大学是

A. 纽约大学

B. 斯坦福大学

C. 波士顿大学

D. 哈佛大学

标准答案 : C

51

马斯洛认为人最高层次的需要是（）

A. 安全需要

B. 社交需要

C. 自尊需要

D. 自我实现需要

标准答案 : D

52

哪类公众是塑造和推销组织形象的积极因素

A. 媒介公众

B. 名流公众

C. 顾客公众

D. 内部公众

标准答案 : D

53

某公关公司主要为客户提供市场形象调查与设计服务，它属于（）

A. 专项业务服务公司

B. 专门业务服务公司

C. 综合服务咨询公司

D. 独立业务服务公司

标准答案 : A

54

哪类公众是塑造和推销组织形象的积极因素

A. 媒介公众

B. 名流公众

C. 顾客公众

D. 内部公众

标准答案 : D

55

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事物的整体反映被称为

A. 知觉

B. 感觉

C. 思维

D. 反馈

标准答案 : B

56

传播学中，总体研究范畴的规划者是

A. 巴勒克拉夫

B. 麦克卢汉

C. 拉斯韦尔

D. 伯尼斯

标准答案 : C

57

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

58

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。

59

创意策划法不包括的创造性思维方法是

A. 逆向思维

B. 理论思维

C. 直觉思维

D. 形象思维

标准答案 : A

试题解析 : 本题主要考查的知识点是创意策划法。创意策划法是通过创造思维方式进行的公共关系方家的策划，它包括的创造性思维方法有理论思维、形象思维、直觉思维。

60

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

61

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

62

处于“臭名远扬”状态的组织，其形象地位是

A. 高知名度／高美誉度

B. 低知名度／高美誉度

C. 高知名度／低美誉度

D. 低知名度／低美誉度

标准答案 : C

63

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

64

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

65

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

66

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

67

传播学者麦库姆斯提出了（ ）

A. “3S”论

B. 把关人理论

C. 两级传播论

D. 议题设置论

标准答案 : D

68

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

69

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

70

在高层领导直属型中，公关机构一般处于整个组织系统的

A. 第二、三次之间

B. 第三个层次

C. 第二个层次

D. 第一个层次

标准答案 : B

71

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

72

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

73

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

74

组织最重要的基本目标公众是是

A. 内部公众

B. 社区公众

C. 顾客公众

D. 媒介公众

标准答案 : A

75

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

76

完整的CI应该是一个不可分割的系统，即CIS（Corporate Identity System），通常译之为（ ）。

A. “企业身份系统”

B. “企业个性系统”

C. “企业形象系统”

D. “企业识别系统”

标准答案 : D

77

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 : C

78

二战期间，建立了“流言诊所”的国家是

A. 美国

B. 英国

C. 法国

D. 日本

标准答案 : A

79

最常见的新闻稿结构是

A. 并列结构

B. 顺时结构

C. 倒金字塔结构

D. 金字塔结构

标准答案 : C

80

反映人们某种要求、期望、未实现的梦想以及未满足需求的流言是

A. 愿望流言

B. 恐怖流言

C. 攻击流言

D. 喜悦流言

标准答案 : A

81

下列不是“把关人”作用的是（）

A. 对信息进行整理

B. 将选择后的信息传达给公众

C. 将信息划分重点和优先顺序

D. 为公众选出值得关心和注意的事件

标准答案 : B

82

在“组织形象地位四象限图” 中，处于（ ）形象地位的状态为有待改善的公共关系状态。

A. 低知名度/低美誉度

B. 低知名度/高美誉度

C. 高知名度/低美誉度

D. 高知名度/高美誉度

标准答案 : B

83

组织识别系统的核心和原动力是

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 听觉识别系统

标准答案 : A

84

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

85

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

86

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

87

企业赞助属于（）

A. 服务型公关

B. 宣传型公关

C. 征询型公关

D. 社会活动型公关

标准答案 : D

88

组织的最佳形象管理状态是

A. 高知名度／高美誉度

B. 高美誉度／低知名度

C. 低知名度／低美誉度

D. 低美誉度／高知名度

标准答案 : A

89

人类交往过程中最基本、最重要的工具是

A. 协调整合

B. 形象整合

C. 关系管理整合

D. 功能整合

标准答案 : C

90

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

91

往往被置于最显著的位置，甚至被称之为对外传播的首要公众的关系是( 　　)。

A. 媒介关系

B. 顾客关系

C. 政府关系

D. 国际关系

标准答案 : A

92

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

93

（ ）论述了“双向对称”的公共关系模式，被誉为“公共关系的圣经”。

A. 梅耶

B. 伯尼斯

C. 艾维·李

D. 卡特利普和森特

标准答案 : D

94

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

95

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

96

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

97

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

98

具有主导性强，时效性强,传播面广，便于提高组织知名度等特点的公共关系活动方式是

A. 交际型公共关系

B. 宣传型公共关系

C. 征询型公共关系

D. 服务型公共关系

标准答案 : A

99

包装、品牌商标属于

A. 组织的产品形象

B. 组织的管理形象

C. 组织的人员形象

D. 组织的环境形象

标准答案 : A

100

具有显著的双向交互式特征的公共关系传播媒介是

A. 报纸

B. 杂志

C. 因特网

D. 广播电视

标准答案 : C

101

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

102

在公关中，应当作组织的财富并悉心维护和“保养”的公众是

A. 随意公众

B. 逆意公众

C. 边缘公众

D. 顺意公众

标准答案 : D

103

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

104

在公共关系学中，组织的公众特指（）

A. 消极受众

B. 积极受众

C. 内部公众

D. 外部公众

标准答案 : B

105

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

106

在所有传播沟通对象中,最具有社会权威性的对象是

A. 国际公众

B. 政府公众

C. 内部公众

D. 媒介公众

标准答案 : B

试题解析 : 本题主要考查的知识点是政府公众。政府公众是指政付机天及共门印的工作人员。政府公众是所有社会组织的目标公众中最具有权威性的对象，也是组织生存和发展的重要保障条件。

107

使用非广告的传播形式提示消费者进行广告回忆，以提高消费者对广告信息的记忆质量的整合营销传播方法是

A. 同一外观法

B. 主题线方法

C. 供应面的策划方法

D. 特设会议的方法

标准答案 : B

108

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

109

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

110

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事物的整体反映被称为

A. 知觉

B. 感觉

C. 思维

D. 反馈

标准答案 : B

111

当组织“臭名远扬”时，组织的实际形象状态为

A.

高知名度／高美誉度

B.

高美誉度／低知名度

C.

低知名度／低美誉度

D.

低美誉度／高知名度

标准答案 : D

112

关系到组织生死存忘，决定组织的成败公众是

A. 非公众

B. 潜在公众

C. 行动公众

D. 首要公众

标准答案 : D

113

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

114

在高层领导直属型中，公关机构处于整个组织系统的

A. 第一层次

B. 第二层次

C. 第三层次

D. 第二、三层次之间

标准答案 : C

115

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

116

专才式的公共关系人才可视为

A. 领导型人才

B. 公共关第一线工作人才

C. 辅助型人才

D. 协调型人才

标准答案 : B

117

营利性组织市场经营的生命线是

A. 顾客公众

B. 内部公众

C. 政府公众

D. 名流公众

标准答案 : A

试题解析 : 本题主要考查的知识点是顾客公众的重要性。顾客公众是指组织所提供的产品或服务的购买者、消费者。顾客公众对组织产品的赞许及消费量决定了组织的效益，顾客公众是营利性组织市场经营的生命线。

118

在所有营销传播中，创意要素的一贯性被称为

A. 地理连续性

B. 心理连续性

C. 物理连续性

D. 创意连续性

标准答案 : C

119

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

120

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

121

大脑对当前直接作用于感觉器官客观事物的整体反映被称为

A. 知觉

B. 感觉

C. 思维

D. 反馈

标准答案 : A

122

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

123

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

124

态度是人们在认识和行为上相对固定的倾向，包括人对事物和社会认知的倾向、（ ）和意图的倾向。

A. 热爱的倾向

B. 情感的倾向

C. 支持的倾向

D. 偏离的倾向

标准答案 : B

125

新闻稿的灵魂是

A. 事实

B. 结构

C. 导语

D. 结语

标准答案 : C

126

国际公共关系协会发表的《墨西哥宣言》是在

A. 1948年

B. 1958年

C. 1968年

D. 1978年

标准答案 : C

127

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

128

提出“两级传播论”的美国社会学家是

A. 拉斯韦尔

B. 麦克卢汉

C. 拉扎斯菲尔德

D. 麦库姆斯

标准答案 : C

129

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

130

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

131

下列媒介中，娱乐性功能最强的是（ ）

A. 广播

B. 电视

C. 电影

D. 杂志

标准答案 : B

132

组织与公众形成关系的关键是公众的

A. 共同性

B. 变化性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 : D

133

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

134

策划公共关系工作方案“六步工作法”的提出者是

A. 奥斯本

B. 杰夫金斯

C. 卢因

D. 哈罗

标准答案 : B

135

公共关系危机最为明显的特征是

A. 突发性

B. 不确定性

C. 舆论关注性

D. “连锁”破坏性

标准答案 : A

136

互惠意识是公共关系意识的

A. 功利意识

B. 功能

C. 本质

D. 基础

标准答案 : A

137

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

138

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

139

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

140

整合营销的最高阶段是

A. 报纸

B. 杂志

C. 因特网

D. 广播电视

标准答案 : C

141

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

142

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

143

在我国，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

144

具有“准自家人”特点的公众是

A. 内部公众

B. 组织公众

C. 社区公众

D. 顾客公众

标准答案 : A

145

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

146

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

147

战争、商战、起义等在舆论对象中属于

A. 社会事件

B. 社会问题

C. 社会冲突

D. 社会运动

标准答案 : C

148

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

149

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

150

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”行为属于

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

151

组织形象的客观基础是

A. 产品质量

B. 服务态度

C. 产品形象

D. 组织信誉

标准答案 : C

152

我国企业最常见的公共关系部门的模式是

A. 部门隶属型

B. 高层领导直属型

C. 部门并列型

D. 公共关系委员会

标准答案 : C

153

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属于（ ）行为

A. 自我评价

B. 社会叛逆

C. 自我认知

D. 社会从众

标准答案 : D

154

公共关系人员所应具有的沟通交流意识实际上也可以说是一种

A. 协调意识

B. 调查意识

C. 环境意识

D. 信息意识

标准答案 : D

155

公共关系人员最基本的职业心理要求是

A. 自信

B. 热情

C. 开发

D. 理智

标准答案 : A

156

组织的自我形象是其

A. 实际的社会形象

B. 公众形象

C. 期望建立的社会形象

D. 过去已建立的社会形象

标准答案 : C

157

德国著名社会心理学家库尔特.卢因对传播研究的主要贡献是提出了

A. 五H模式

B. 两级传播模式

C. 受众选择论

D. 把关人理论

标准答案 : D

158

公关机构附属于组织的某个职能部门的模式属于

A. 部门并列型

B. 部门隶属型

C. 高层领导直属型

D. 公共关系委员会

标准答案 : B

159

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

160

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

161

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

162

在知觉过程中，由于某些客观事物在相互对比中有的呈现出较明显的相对特点，致使我们去知觉它。这便是（ ）。

A. 知觉的偏见

B. 知觉的主动选择性

C. 知觉的被动选择性

D. 知觉的主观性

标准答案 : C

163

关系到组织生死存亡，决定组织成败的公众对象是

A. 个体公众

B. 组织公众

C. 首要公众

D. 顺意公众

标准答案 : C

试题解析 : 本题主要考查的知识点是首要公众的含义。根据关系的重安样度，可对公从众对象划分为首要公众和次要公众。首要公众是指关系到组织生死存亡，决定组织成败的那部分公众对象。

164

公关策划的首要环节是

A. 选择方案

B. 设计方案

C. 确定目标

D. 实施方案

标准答案 : C

165

在公共关系学中，组织的总体特征和实际表现在社会公众中获得的认知和评价，称为

A.

关系

B.

形象

C.

舆论

D.

观念

标准答案 : B

166

公关策划的首要环节是

A. 选择方案

B. 设计方案

C. 确定目标

D. 实施方案

标准答案 : C

167

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

168

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

169

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

170

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事物的整体反映被称为

A. 知觉

B. 感觉

C. 思维

D. 反馈

标准答案 : A

171

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

172

新闻发布会是一种

A. 一级传播

B. 两级传播

C. 三级传播

D. 四级传播

标准答案 : B

173

策划公共关系工作方案“六步工作法”的提出者是

A. 奥斯本

B. 杰夫金斯

C. 卢因

D. 哈罗

标准答案 : B

174

.BIS是指

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 组织识别系统

标准答案 : B

175

在高层领导直属型中，公关机构处于整个组织系统的（）

A. 第一层次

B. 第二层次

C. 第三层次

D. 第二、三层次之间

标准答案 : C

176

公共关系危机最为明显的特征是

A. 溢出效应

B. 连锁破坏性

C. 舆论关注性

D. 突发性

标准答案 : D

177

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

178

在公共关系策划中，首先要考虑的利益是

A. 领导的利益

B. 个人的利益

C. 公众的利益

D. 集体的利益

标准答案 : C

试题解析 : 本题主要考查的知识点是公共关系策划中的利益性原则。利益是公共关系策划和公共关系行为的原动力，在公共关系策划中首先要考虑的是公众的利益，而且应注意公众的长远利益.

179

公共关系的本质属性是（）

A. 传播公众

B. 告知公众

C. 传播沟通

D. 管理形象

标准答案 : C

180

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

181

电话调查的一个优点是（ ）。

A. 速度快，范围广，费用低

B. 调查对象有充裕的时间认真考虑，从容作答

C. 可以深入探讨，加深印象

D. 不使用问卷，不受给定问题的限制

标准答案 : A

182

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

183

迫使组织采取相应行动的公众群体是

A. 首要公众

B. 逆意公众

C. 行动公众

D. 潜在公众

标准答案 : C

184

全员公关培训的对象是组织的（）

A. 全体公关人员

B. 全体领导人员

C. 全体人员

D. 全体不合格者

标准答案 : C

185

马斯洛认为，在同一时间、地点、条件下，人存在多种需要，其中有一种占（ ）地位的需要决定着人们的行为。

A. 优势

B. 主要

C. 特别

D. 旺盛

标准答案 : A

186

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

187

CIS的核心与原动力是

A. VIS

B. BIS

C. MIS

D. NIS

标准答案 : C

188

公关人员最基本的职业心理要求是

A. 自信

B. 热情

C. 开放

D. 理智

标准答案 : A

189

迫使组织采取相应行动的公众群体是

A. 首要公众

B. 逆意公众

C. 行动公众

D. 潜在公众

标准答案 : C

190

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

191

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

192

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

193

人口膨胀、青少年犯罪属于

A. 社会事件

B. 社会问题

C. 社会冲突

D. 社会运动

标准答案 : B

194

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

195

公共关系作为一种专门化的社会职业，产生于

A. 19世纪初

B. 19世纪中叶

C. 20世纪初

D. 20世纪中叶

标准答案 : C

196

整合营销的最高阶段是（）

A. 协调整合

B. 形象整合

C. 关系管理整合

D. 功能整合

标准答案 : C

197

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

198

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

199

虽然只有一两句话，但却是新闻写作中极为关键的方面的是

A. 题目

B. 大纲

C. 正文

D. 导语

标准答案 : D

200

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

201

组织的最佳形象管理状态是

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 : A

202

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

203

在公共关系中，将追求平等和双赢作为处理各种关系的行为准则而形成的公关观念，一般称为

A. 协调观念

B. 服务观念

C. 传播观念

D. 互惠观念

标准答案 : D

204

“承诺制”体现的是

A. 公众选择意识

B. 契约意识

C. 政府公开意识

D. 民主意识

标准答案 : B

205

公共关系人员的心理素质

A. 自信的心理

B. 自负的心理

C. 公平的心理

D. 创新的心理

标准答案 : A

206

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

207

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

208

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

209

被认为是现代公共关系业“前身”的是19世纪中叶在美国风行的

A. 清垃圾运动

B. 报刊宣传活动

C. 玻璃屋运动

D. 揭丑运动

标准答案 : B

210

把不同的营销传播方案编制出来，作为服务于营销目标的直接功能，这种做法被称为

A. 效能整合

B. 功能整合

C. 协调整合

D. 综合整合

标准答案 : B

211

流行项目的最显著特征是

A. 新奇性

B. 时效性

C. 周期性

D. 两极性

标准答案 : A

212

制作“组织形象要素调查表”的常用方法是（）

A. 四步工作法

B. 六步工作法

C. 目标作业法

D. 语意差别分析法

标准答案 : D

213

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

214

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

215

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:定型作用

标准答案 : C

216

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

217

通过图形方式把危机管理分为危机前期反应阶段和危机后期恢复阶段的学者是

A. 罗伯特•希斯

B. 米特罗夫

C. 佩尔森

D. 佩尔森

标准答案 : A

218

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

219

提出需要层次论的是

A. 霍夫兰

B. 马斯洛

C. 拉斯韦尔

D. 卢因

标准答案 : B

220

现代公共关系发端于

A. 巴纳姆

B. 伯尼斯

C. 艾维.李

D. 格鲁尼格

标准答案 : C

221

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

222

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

223

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

224

在传播理论研究中，议题设置论研究的杰出代表学者是在传播理论研究中，议题设置论研究的杰出代表学者是

A. 施拉姆

B. 卢因

C. 拉斯韦尔

D. 麦库姆斯

标准答案 : D

225

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

226

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

227

有效开展政府公共关系，对于密切政府与人民群众的关系，塑造政府的良好形象；对于发展（ ），加强廉政建设及各方面，都具有重大作用并产生深远影响。

A. 传统政治

B. 独裁政治

C. 民主政治

D. 核心政治

标准答案 : C

228

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

229

新闻发布会是组织与公众沟通的

A. 例行方式

B. 文际方式

C. 服务方式

D. 一般方式

标准答案 : A

试题解析 : 本题主要考查的知识点是新闻发布会。新闻发布会用于树立或维护组织形象、协调公共关系、引导舆论倾向，它是组织与公众沟通的例行方式。

230

公共关系机构中的财务人员属于（）

A. 计划人员

B. 领导人员

C. 文秘人员

D. 专门技术人员

标准答案 : D

231

“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

232

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

233

公共关系的组织机构是专门执行公关任务、实现公关功能的行为（ ），是公共关系工作的专业职能机构。

A. 客体

B. 手段

C. 主体

D. 过程

标准答案 : C

234

在知觉偏见产生的原因中，最近或最后印象的强烈影响被称为

A. 近因效应

B. 晕轮效应

C. 定型作用

D. 首因效应

标准答案 : A

235

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

236

处于较为稳定、安全的公共关系状态的组织形象地位是

A. 高知名度／高美誉度

B. 高美誉度／低知名度

C. 低知名度／低美誉度

D. 低美誉度／高知名度

标准答案 : B

237

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

238

提出需要层次论的是

A. 霍夫兰

B. 马斯洛

C. 拉斯韦尔

D. 卢因

标准答案 : B

239

下列对“公共信息模式”的描述错误的是（）

A. 公关是信息的公布

B. 是一种单向传播模式

C. 利用大众媒介传播相对真实信息

D. 是一种双向传播模式

标准答案 : D

240

组织的最佳形象管理状态是

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 : A

241

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

242

在下列庆典活动中，是企业前进的加油站的是

A. 开业庆典

B. 周年庆典

C. 乔迁庆典

D. 重大成果庆典

标准答案 : B

试题解析 : 本题主要考查的知识点是周年庆典。周年庆典是指开业一周年、三周年、十周年、五十周年等纪念。周年庆典有利于加深企业在公众心目中的形象，是企业前进的加油站。

243

当组织“臭名远扬”时，其形象地位处于

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 : D

244

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

245

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

246

某公关公司主要为客户提供市场形象调查与设计服务，它属于

A. 专项业务服务公司

B. 专门业务服务公司

C. 综合服务咨询公司

D. 独立业务服务公司

标准答案 : A

247

BIS是指

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 组织识别系统

标准答案 : B

248

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

249

（ ）是以提高组织知名度，树立组织整体形象为目标的公关广告。

A. 电视广告

B. 商品广告

C. 广播广告

D. 形象广告

标准答案 : D

250

策划公共关系工作方案“六步工作法”的提出者是

A. 奥斯本

B. 杰夫金斯

C. 卢因

D. 哈罗

标准答案 : B

251

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. 标准字

标准答案 : B

252

在使用“公共关系”这一概念的时候，它表示一些不同层次的涵义，在表示一种客观的实在，即（ ）。

A. 公共关系观念

B. 公共关系活动

C. 公共关系状态

D. 公共关系传播

标准答案 : C

253

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

254

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

255

公共关系的本质属性是

A. 联络公众

B. 树立形象

C. 影响舆论

D. 双向传播与沟通

标准答案 : D

256

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

257

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

258

组织最重要的基本目标公众是

A. 媒介公众

B. 社区公众

C. 顾客公众

D. 内部公众

标准答案 : D

259

“名人广告”、“名流公关”利用了知觉偏见中的

A. 近因效应

B. 晕轮效应

C. 定型作用

D. 首因效应

标准答案 : B

260

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

261

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

262

“比附定位策略”属于

A. 市场领导者定位策略

B. 市场模仿者定位策略

C. 市场跟进者定位策略

标准答案 : C

263

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

264

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

265

“危机经常成为组织的一个转折点”，这一观点的提出者是

A. 威廉·班尼特

B. 迈克尔·里杰斯特

C. 托马斯·伯克兰

D. 斯蒂文·芬克

标准答案 : B

266

广告策划的中心环节是

A. 广告定位

B. 广告创意

C. 市场调查

D. 广告媒介安排

标准答案 : B

267

“五四运动”、“大生产运动”、“学先进活动”等在舆论对象中属于（）

A. 社会事件

B. 社会问题

C. 社会冲突

D. 社会运动

标准答案 : D

268

提出需要层次论的是

A. 霍夫兰

B. 马斯洛

C. 拉斯韦尔

D. 卢因

标准答案 : B

269

标志在VIS中处于

A. 核心与领导地位

B. 辅助地位

C. 重要地位

D. 中心地位会

标准答案 : A

270

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

271

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

272

广告“ＸＸ保险公司祝全国人民平安健康”属于

A. 商品广告

B. 公益广告

C. 形象广告

D. 促销广告

标准答案 : C

273

公关人员应具备的公关意识中，其核心意识是

A. 塑造形象意识

B. 服务公众意识

C. 沟通交流意识

D. 创新审美意识

标准答案 : A

274

我国第一家专业公共关系公司成立于

A. 1984年

B. 1985年

C. 1986年

D. 1987年

标准答案 : B

275

在我国，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

276

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。

277

在VIS中，应用最广泛、出现频率最多的要素是（ ）

A. 标准字

B. 标准色

C. 企业造型

D. 标志

标准答案 : D

278

公共关系策划的生命力在于其

A. 时机性

B. 程序性

C. 灵活性

D. 创造性

标准答案 : D

279

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

280

公共关系的服务观念表现为对他人、对社会的一种奉献精神，使自己的存在和行为给对方带来满意和方便，用（ ）去赢得好感和信誉。

A. 服务

B. 联系

C. 交流

D. 活动

标准答案 : A

281

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

282

在“组织形象地位四象限图” 中，处于（ ）形象地位的状态为有待改善的公共关系状态。

A. 低知名度/低美誉度

B. 低知名度/高美誉度

C. 高知名度/低美誉度

D. 高知名度/高美誉度

标准答案 : B

283

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

284

处于“臭名远扬”状态的组织，其形象地位是

A. 高知名度／高美誉度

B. 低知名度／高美誉度

C. 高知名度／低美誉度

D. 低知名度／低美誉度

标准答案 : C

285

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

286

“两级传播论”认为：信息的传递是按照（ ）的模式进行的。

A. “意见领袖——媒介——受众”

B. “媒介——意见领袖——受众”

C. “意见领袖———受众——媒介”

D. “受众——媒介——意见领袖”

标准答案 : B

287

一企业有一新产品刚投放市场，这个时候它应该选择的公关行为方式

A. 建设型公关

B. 维系型公关

C. 进攻型公关

D. 征询型公关

标准答案 : A

288

《<中国公共关系职业道德准则>草拟及实施草案》的提出时间是

A. 1988年

B. 1989年

C. 1990年

D. 1991年

标准答案 : B

289

被筛选出来的能成为公共关系工作的中心对象称为

A. 目标公众

B. 外部公众

C. 组织公众

D. 内部公众

标准答案 : A

290

公共关系策划的生命力是

A. 目标性

B. 创造性

C. 灵活性

D. 实际性

标准答案 : B

试题解析 : 本题主要考查的知识点是公共关系策划的特征。公共关系策划具有目标性、思想性、创造性、程序性、灵活性、时机性的特征,其中，创造性是公共关系策划的生命力。

291

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

292

广告“XX保险公司祝全国人民平安健康“属于（ ）

A. 商品广告

B. 公益广告

C. 形象广告

D. 促销广告

标准答案 : C

293

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

294

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

295

5W模式界定了传播研究的范畴，其提出者是

A. 拉斯韦尔

B. 马克斯▪韦伯

C. 伊斯顿

D. 罗伯特.李

标准答案 : A

296

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

297

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

298

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

299

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

300

企业广告运用最广泛的题材是

A. 效能

B. 快乐

C. 时尚

D. 健康

标准答案 : A

301

老主顾、常客、社区居民属于

A. 稳定公众

B. 周期公众

C. 临时公众

D. 个体公众

标准答案 : A

302

公关人员应具备的公关意识中，其核心意识是

A. 塑造形象意识

B. 服务公众意识

C. 沟通交流意识

D. 创新审美意识

标准答案 : A

303

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

304

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

305

公共关系传入我国是在

A. 20世纪70年代末

B. 20世纪80年代初

C. 20世纪80年代末

D. 20世纪90年代初

标准答案 : C

306

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

307

广告策划的基础是

A. 广告定位

B. 广告创意

C. 广告媒介安排

D. 市场调查

标准答案 : D

308

策划公共关系工作方案“六步工作法”的提出者是

A. 奥斯本

B. 杰夫金斯

C. 卢因

D. 哈罗

标准答案 : B

309

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

310

视觉识别系统VIS中应用最广泛、出现频率最多的要素是

A. 标准字

B. 标志

C. 标准色

D. 象征图案

标准答案 : B

311

公共关系策划的最后一步是

A. 审定方案

B. 编制预算

C. 选择传播渠道

D. 公众研究

标准答案 : A

312

根据公众对组织的态度，公众可划分为

A. 临时公众、周期公众和稳定公众

B. 顺意公众、逆意公众和边缘公众

C. 首要公众和次要公众

D. 非公众、潜在公众、知晓公众和行动公众

标准答案 : B

313

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

314

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

315

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

316

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

317

公共关系之父是

A. 巴纳姆

B. 伯尼斯

C. 艾维.李

D. 格鲁尼格

标准答案 : C

318

公共关系作为一种专门化的社会职业，产生于

A. 19世纪20年代

B. 19世纪末20世纪初

C. 19世纪30年代

D. 20世纪30年代

标准答案 : B

319

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

320

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

321

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 : C

322

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

323

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

324

行为识别系统简称

A. DIS

B. CIS

C. BIS

D. IC

标准答案 : C

325

全员公关培训的对象是组织的

A. 全体公关人员

B. 全体领导人员

C. 全体人员

D. 全体不合格者

标准答案 : B

326

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

327

在需要层次论中，归属和爱的需要为中间层次，是指

A. 社交需要

B. 安全需要

C. 生理需要

D. 自尊需要

标准答案 : A

328

公共关系作为一种专门化的社会职业，产生于

A. 19世纪初

B. 19世纪中叶

C. 20世纪初

D. 20世纪中叶

标准答案 : C

329

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

330

中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. 神州公共关系公司

标准答案 : B

331

首次提出心理感应抗拒理论的心理学家是

A. 马斯洛

B. 阿什

C. 霍夫兰

D. 布林

标准答案 : D

332

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

333

人类交往过程中最基本、最重要的工具是

A. 语言

B. 书面文字材料

C. 网络

D. 文件

标准答案 : C

334

运用最多、最广泛的公共关系模式是

A. 社会活动型公共关系

B. 服务型公共关系

C. 宣传型公共关系

D. 交际型公共关系

标准答案 : D

335

消费者、协作者、竞争者、记者、名流、政府官员、社区居民等属于组织的

A. 个体公众

B. 组织公众

C. 内部公众

D. 外部公众

标准答案 : D

336

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

337

处于“臭名远扬”状态的组织，其形象地位是

A. 高知名度／高美誉度

B. 低知名度／高美誉度

C. 高知名度/低美誉度

D. 低知名度／低美誉度

标准答案 : C

338

公共关系策划的最后一步是

A. 审定方案

B. 编制预算

C. 选择传播渠道

D. 公众研究

标准答案 : A

339

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

340

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

341

决定公众性质的是公众的

A. 共同性

B. 变化性

C. 群体性

D. 相关性

标准答案 : A

342

适用于组织机构稳定、顺利发展时期的公共关系是

A. 进攻型公关

B. 防御型公关

C. 矫正型公关

D. 维系型公关

标准答案 : D

343

.BIS是指

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 组织识别系统

标准答案 : B

344

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

345

公共关系机构中的财务人员属于

A. 计划人员

B. 领导人员

C. 文秘人员

D. 专门技术人员

标准答案 : D

346

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事物的整体反映被称为

A. 知觉

B. 感觉

C. 思维

D. 反馈

标准答案 : B

347

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

348

以下按照展出商品的种类分类的展览会是

A. 宣传展览会

B. 贸易展览会

C. 单一商品展览会

D. 露天展览会

标准答案 : C

试题解析 : 本题主要考查的知识点是展览会的类型。从展出商品的种类未看，展览会可以分为单一商品展览会和混合商品展览会。单一商品展览会又称纵向展览会;混合商品展览会又称横向展览会。

349

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

350

组织识别系统中最具传播力与感染力的要素是

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 制度识别系统

标准答案 : C

351

决定广告策划成败的关键是

A. 广告创意

B. 广告定位

C. 广告媒介安排

D. 广告效果测定

标准答案 : A

352

“臭名远扬”用来形容组织形象的状态处于（ ）

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 : B

353

在整合营销传播中，采用同一的颜色、图案及识别符号的方法是

A. 主题线法

B. 统一形式法

C. 形象整合法

D. 同一外观法

标准答案 : D

354

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

355

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

356

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

357

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

358

在所有传播方式中，灵活性、机动性、随意性最突出的传播方式是

A. 书面沟通

B. 言语沟通

C. E-mail

D. 综合沟通

标准答案 : B

359

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

360

学校利用校庆进行广泛的社会宣传，这一活动表明它重视塑造自己的（ ）

A. 文化形象

B. 产品形象

C. 社区形象

D. 环境形象

标准答案 : A

361

提出需要层次论的是

A. 霍夫兰

B. 马斯洛

C. 拉斯韦尔

D. 卢因

标准答案 : B

362

“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

363

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事物的整体反映是

A. 需要

B. 态度

C. 知觉

D. 心理

标准答案 : C

364

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

365

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

366

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

367

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

368

公关策划的首要环节是

A. 选择方案

B. 设计方案

C. 确定目标

D. 实施方案

标准答案 : C

369

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

370

“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

371

公关传播最基本的功能是

A. 强化舆论，扩大影响

B. 影响舆论，创造形象

C. 创造舆论，告知公众

D. 《引导舆论，控制形象》

标准答案 : C

372

新闻发布会是一种

A. 一级传播

B. 两级传播

C. 三级传播

D. 四级传播

标准答案 : B

373

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

374

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

375

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

376

新闻发布会是一种

A. 一级传播

B. 两级传播

C. 三级传播

D. 四级传播

标准答案 : B

377

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

378

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

379

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

380

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

381

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

382

处于“臭名远扬”状态的组织，其形象地位是

A. 高知名度／高美誉度

B. 低知名度／高美誉度

C. 高知名度／低美誉度

D. 低知名度／低美誉度

标准答案 : C

383

公共关系学正式成为一门科学的时间是

A. 20世纪初

B. 20世纪20年代

C. 20世纪30年代

D. 20世纪40年代

标准答案 : B

384

马斯洛认为最高层次的需要是

A. 自我实现的需要

B. 安全需要

C. 自尊需要

D. 生理的需要

标准答案 : A

385

影响广告的常见形式是（ ）

A. 意见广告

B. 公共事务广告

C. 祝贺性广告

D. 观念广告

标准答案 : C

386

所谓礼仪，是指礼节和（ ）两个方面。

A. 礼貌

B. 修养

C. 秩序

D. 程序

标准答案 : D

387

针对家用电器、建筑材料和精密仪器等。常选用的广告主题题材是

A. 方便

B. 保证

C. 效能

D. 时尚

标准答案 : B

388

一般财力雄厚、富有冒险精神、有勇气的一类人是

A. 落伍者

B. 前期追随者

C. 先驱者

D. 早期追随者

标准答案 : C

389

Internet不仅仅是一个国际性的计算机网络，更重要的是，它是一个面向全世界、全社会的巨大的（ ）。

A. 物质资源

B. 信息资源

C. 人力资源

D. 知识资源

标准答案 : B

390

公共关系学中三个最基本的概念是

A. 组织、公众、传播沟通

B. 关系、舆论、形象

C. 公共关系状态、公共关系活动、公共关系观念

D. 信息、关系、沟通

标准答案 : A

391

公共关系对象的总称是

A. 群众

B. 受众

C. 公众

D. 民众

标准答案 : C

392

广告策划的中心环节是（ ）

A. 广告定位

B. 广告创意

C. 市场调查

D. 广告媒介安排

标准答案 : B

393

组织所在地的区域关系对象被称为

A. 内部公众

B. 顾客公众

C. 媒介公众

D. 社区公众

标准答案 : D

394

“五四运动”、“大生产运动”、“学先进活动”等在舆论对象中属于

A. 社会事件

B. 社会问题

C. 社会冲突

D. 社会运动

标准答案 : D

395

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

396

下列属于交际型公关的是（）

A. 演讲

B. 电子邮件

C. 售后服务

D. 设立热线电话

标准答案 : B

397

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

398

认为人的态度的改变主要取决于说服者的条件、信息本身的说服力以及问题的排列技巧的学者是

A. 伯尼斯

B. 巴纳姆

C. 森特

D. 霍夫兰

标准答案 : D

399

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

400

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

401

下列不同的公众类型,以公众对组织的态度为标准划分的是

A. 稳定公众

B. 受欢迎的公众

C. 边缘公众

D. 潜在公众

标准答案 : C

402

被称为公共关系理论发展史“第一个里程碑”的专著是

A. 《公众舆论的形成》

B. 《公共关系学》

C. 《原则宣言》

D. 《有效的公共关系》

标准答案 : B

403

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

404

中国公共关系协会成立于

A. 1987年

B. 1988年

C. 1989年

D. 1990年

标准答案 : A

405

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

406

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

407

.BIS是指

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 组织识别系统

标准答案 : B

408

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

409

中国公共关系协会成立于

A. 1985年

B. 1986年

C. 1987年

D. 1988年

标准答案 : C

410

广告活动的行为主体是

A. 媒体

B. 点子公司

C. 广告代理商

D. 广告主

标准答案 : D

411

知觉偏见中最近印象的强烈影响是

A. 首因效应

B. 近因效应

C. 晕轮效应

D. 定型作用

标准答案 : B

412

广告费用的承担着是

A. 广告创意

B. 广告受众

C. 广告主

D. 广告代理商

标准答案 : C

413

在倒金字塔结构的新闻稿中，（ ）是整篇新闻稿的灵魂。

A. 新闻背景部分

B. 新闻事实部分

C. 新闻导语部分

D. 人物描写部分

标准答案 : C

414

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

415

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

416

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

417

组织处于公关危机时期适宜采用的公关方式是

A. 进攻型公关

B. 防御型公关

C. 矫正型公关

D. 维系型公关

标准答案 : B

418

由于第一印象的强烈影响，产生了知觉的偏见，这被称为

A. 近因效应

B. 晕轮效应

C. 定型作用

D. 首因效应

标准答案 : D

419

在部门隶属模式中，容易将公关限于迎来送往、交际应酬，过分偏重于人际关系功能，这主要体现在把公关机构归属于

A. 办公室

B. 联络接待部门

C. 广告宣传部门

D. 销售部门

标准答案 : B

420

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

421

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

422

议题设置论认为，各种传播媒介对所传信息首先起到

A. 决定作用

B. 辅助作用

C. 整理作用

D. 过滤作用

标准答案 : D

423

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

424

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

425

下列各项中，不属于公共关系专题活动的是

A. 对外开放参观

B. 记者招待会

C. 服装秀

D. 展览会

标准答案 : C

426

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事物的整体反映是（）

A. 需要

B. 态度

C. 知觉

D. 心理

标准答案 : C

427

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

428

公共关系人员的心理素质

A. 自信的心理

B. 自负的心理

C. 公平的心理

D. 创新的心理

标准答案 : A

429

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

430

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

431

.BIS是指

A. 理念识别系统

B. 行为识别系统

C. 视觉识别系统

D. 组织识别系统

标准答案 : B

432

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

标准答案 : A

433

以下关于参观活动规模的描述，正确的是

A. 一次接待20人比较恰当

B. 若是少数几个人参观，要制定好计划，安排好接待次数

C. 若是大规模团体参观，可以陪同他们到几个部门去，并介绍情况，赠送资料和纪念品

D. 每天接待2~3次比较适宜

标准答案 : D

434

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

435

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

436

橱窗陈列展览和流动车展览属于

A. 大型的综合展览会

B. 中型展览会

C. 小型展览会

D. 袖珍展览

标准答案 : D

试题解析 : 本题主要考查的知识点是展览会的类型。从展览的规模看，有大型的综合大型综合展览会通常由专门的单位举办，规模展览会、中型展览会、小型展览会和袖珍展览。中型展览会，如各行业、各省区的展览会大、参展项目多，如国际博览会、全国性展览会等。小型展览会一般由企业自办，如各企业、公司独家举办的展览会。袖珍展览，如橱窗陈列展定和流动车展览等。

437

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

438

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

439

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

440

“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

441

“并非××属性”类广告所运用的定位策略是

A. 市场领导者定位策略

B. 市场模仿者定位策略

C. 市场跟进者定位策略

D. 市场挑战者为竞争对手重新定位策略

标准答案 : D

442

英国公关学者弗兰克．杰夫金斯为公共关系所下的定义属于公共关系的

A. 管理说

B. 传播管理说

C. 协调说

D. 传播说

标准答案 : D

443

公关策划的首要环节是

A. 选择方案

B. 设计方案

C. 确定目标

D. 实施方案

标准答案 : C

1

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

标准答案 : A

2

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

3

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

4

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

5

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

6

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

7

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

8

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

9

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

10

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

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

标准答案 : B

12

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。

13

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

14

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

15

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

16

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

17

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

18

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

19

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

20

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

21

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 : C

22

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

23

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。

24

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

25

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

26

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

27

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

28

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

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

标准答案 : AB

30

“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

31

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

32

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

33

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

34

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

35

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

1

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

2

“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

3

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

4

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

5

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

6

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

7

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

8

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

9

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

10

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

11

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

12

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

13

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

14

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

15

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

16

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

17

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

18

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

19

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

20

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

21

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

22

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

23

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

24

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

25

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

26

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

27

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

28

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

29

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

30

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

31

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

32

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

33

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

34

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

35

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

36

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

37

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

38

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

39

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

40

“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

1

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。其意义和作用说什么？

（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 :

答：（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深入的了解。

答：（2）

专家提出的问题体现了公关调查的以下内容：

组织的竞争环境

公众的基本情况

公众的态度

公众的动机

公关活动的效果

广告宣传的力度与效果

1

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

2

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

3

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

4

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。

5

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。

6

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

7

公关小姐是公共关系人员的正式代称。

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

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

10

CS是对CIS 的发展与替代。

标准答案 : 错误

11

制造新闻

标准答案 :

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。

12

观察法的最大优点是其表面性和偶然性。

标准答案 : 错误

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

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

15

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

16

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

17

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

18

公共关系调研

标准答案 :

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。

19

观察法

标准答案 :

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。

20

“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

21

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

22

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

23

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

24

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

25

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

26

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

27

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

28

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

29

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

30

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

31

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

32

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

33

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

34

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

35

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

36

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

37

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

38

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

39

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

40

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

41

（）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

42

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

43

调查问卷的试调查是一个不可忽略的环节。

标准答案 : 正确

44

CIS

标准答案 :

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。

45

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：

较强的文字和口头表达能力

健全的思维能力

良好的创造能力与学习能力

较强的组织谋划能力

信息采集处理能力与知识管理能力

善于与他人交往的能力

自控、自制和处理危机的应变能力

正确掌握政策、理论的能力

46

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

47

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

48

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

49

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

50

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

51

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

52

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

53

“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

54

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

E.

行动公众

标准答案 : BCDE

55

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。

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。

56

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

57

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

58

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

59

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

60

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

61

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

62

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

63

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

64

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

65

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

66

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

67

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

D.

组织的整体形象信息

标准答案 : ABCD

68

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

69

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

70

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

71

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

72

“好酒不怕巷子深”符合公共关系意识。

标准答案 : 错误

73

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。

74

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

1

试述组织形象调查的过程。

标准答案 : 第一环节、组织自我形象分析

组织自我形象即一个组织自己所期望建立的社会形象。组织形象管理工作首先需要通过组织内部的调查分析，了解组织的我评价，揭示组织对组织形象管理工作的期望值，这是组织形象管理调查的第一个环节。

自我形象分析包括以下几个方面： (一)组织实态的调查分析 (二)员工阶层的调查研究 (三)管理阶层的调查分析 (四)决策阶层的研究分析

第二环节、组织实际形象分析

组织实际形象即组织的实际状态和行为在公众舆论中的投影、反映，亦即社会公众和社会舆论对组织实际状态和行为的认知和评价。 (一)公众辨认与分析 (二)组织形象地位测量 （三）组织形象要素分析；

第三环节、组织形象差距分析

组织形象差距分析即将组织的实际形象与组织的自我形象作比较分析，揭示二者之间的现实差距，指明组织形象管理工作的目标和任务。可借助于“形象要素差距图”进行组织形象差距分析。

2

试述传播媒介的选择原则。

标准答案 : （1）根据目标受众的特点选择传播媒介

受众是传播的目标和对象，是信息的最终归宿。公共关系人员的一切传播最终都以受众是否接受、接受多少信息作为评判是否成功的依据。在激烈竞争的市场经济社会里，受众对组织的认同程度更是关系到组织的生死成败。因此，对受众的研究和考察成为一种必需。

（2）根据特性及影响力选择传播媒介

不同的媒体有不同的特性，不同特性的媒体适宜刊播不同的信息。在选择媒体时，除了要考虑媒体的特性外，更要注意它的影响力。因为媒体尤其是大众传播媒体具有“授予地位”的功能。声誉好、影响力大的媒体能使你所要传递的信息“大放异彩”。

（3）根据信息的特点选择传播媒介

作为传播的内容，不同的信息有不同的特点。具有不同特点的信息宜采用符合信息特点的媒体。

（4）根据竞争对手的媒介运用状况选择传播媒体

任何一种信息的传播，都会在类似信息的轰炸中销蚀公众的注意力资源，商品广告的传播更会如此。为了在激烈的竞争中胜出，组织信息的媒体传播就必须考虑其竞争对手的媒体选择，就不得不与竞争对手展开“信息战”。

（5）根据讲求经济效益的原则选择传播媒介

目前，在我国经济实力非常雄厚的社会组织不是很多。通常情况下，组织只能拨出极小部分的资金去开展公共关系工作。公共关系经费的短缺，要求公共关系人员应善于利用各种传播媒介。

3

组织

标准答案 : 是公共关系活动的主体，即公共关系的承担者、实施者、行为者。组织是公共关系活动的三个最基本的要素之一。

4

内部公众

标准答案 : 指组织内部的成员群体组成的，承担着组织的角色的公众。

5

简述公共关系的基本要素。

标准答案 : 公共关系的基本要素有： 1，公共关系行为主体是组织机构； 2，公共关系沟通对象是相关公众； 3，公共关系的工作手段是传播沟通媒介； 4，公共关系的过程是信息的双向交流； 5，公共关系的目标是为组织机构树立良好的公众形象。

6

简述组织内设公关部门的基本模式。

标准答案 : 1，部门隶属制；附属于组织的某个职能部门，最好的是隶属于办公室。

2，部门并列制；公关部门与组织的其他职能部门平行，处于同一层次；

3，高层领导直属制；作为三级机构，不隶属于某个二级机构，直属组织最高领导。

4，公共关系委员会。有组织领导牵头，各职能部门负责人共同组织公共关系工作协调委员会，统一指导和协调全局公关活动。

7

简述公共关系策划的原则。

标准答案 : 公共关系策划需要遵循五原则：

利益性原则；事前弄清楚组织公共关系行为的深层动机；

客观性原则；使自己的主观意志自觉地，能动地符合客观实际；

系统性原则；把公关活动作为一个系统来考虑。

可行性原则；策划方案可以实施，并能够取得有效的效果；

灵活性原则。公关策划要有相应的弹性，应对变化的环境。

8

简述态度的特性。

标准答案 : 态度的特性包括：

1，社会性；态度产生于社会，指向并作用于社会。

2，针对性；都有其相对应的特定对象；

3，协调型：构成态度的因素之间是协调一致的；

4，稳定性；态度一旦形成，将稳定一段时间不会改变；

5，两极性；对事物往往有相互对立的极端态度；

6，间接性；是行为表现前的心理状态，行为的准备状态；

9

简述口语传播的优点。

标准答案 : 口语传播的特点包括：

1，不需要辅助手段，运用简便，易于控制；

2，双向交流，可做到有的放矢；

3，能够释放人的情绪能量，起到某种心理平衡作用。

10

危机预警机制包括哪几个方面?

标准答案 : 危机预警机制包括四个方面：

（1）建立信息监测系统； (2)组建危机管理小组； （3）充足的资源保障； （4）仿真演习；

11

公共关系社会效益评价

标准答案 : 是借助于“费用效应分析”，就企业组织与社会公众的有关活动事项作出正反两方面的分析报告，用一定货币量来反映和衡量公关的社会效益。

12

整合营销传播

标准答案 : .整合营销传播的核心思想是将与企业进行市场营销有关的一切传播活动一元化。一方面，把广告公共关系的一切传播活动都涵盖到广告活动范围之内；另一方面，使企业能够将统一的传播资讯传达给消费。

13

政府行为模式

标准答案 : 是政府组织所有成员从事服务所表现出的基本行为趋向和基本行为方式，它通过一系列的基本行为规范得以体现。

1

广告主题的构成要素包括

A. 传播方式

B. 广告目标

C. 信息个性

D. 消费心理

E. 传播效果

标准答案 : BCD

2

开业典礼的程序一般包括

A. 主持人宣布典礼开始

B. 介绍来宾

C. 剪彩及题词

D. 有关领导和来宾致词

E. 安排其他助兴节目

标准答案 : ABCDE

3

构成组织外在形象的要素有

A. 组织的名称

B. 商标

C. 组织目标

D. 产品的外观

E. 典礼仪式

标准答案 : ABDE

4

公共关系危机的特征包括

A. 突发性

B. 不确定性

C. 舆论关注性

D. 连锁破坏性

E. 确定性

标准答案 : ABCD

5

在VIS中，应用最广泛、出现频率最多的要素是（ ）

A. 标准字

B. 标准色

C. 企业造型

D. 标志

标准答案 : D

6

广告“XX保险公司祝全国人民平安健康“属于（ ）

A. 商品广告

B. 公益广告

C. 形象广告

D. 促销广告

标准答案 : C

7

影响广告的常见形式是（ ）

A. 意见广告

B. 公共事务广告

C. 祝贺性广告

D. 观念广告

标准答案 : C

8

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

9

广告策划的中心环节是（ ）

A. 广告定位

B. 广告创意

C. 市场调查

D. 广告媒介安排

标准答案 : B

10

下列公关活动属于宣传性公共关系的有

A. 展览会

B. 展销会

C. 联欢会

D. 座谈会

E. 新闻发布会

标准答案 : ABE

1

以内部业务为标准可将公关公司划分为()

A. 专项业务服务公司

B. 合作型公司

C. 独立型公司

D. 专门业务公司

E. 综合服务咨询公司

标准答案 : ADE

2

根据组织的内外对象进行分类，可将公众划分为 ()

A. 内部公众

B. 外部公众

C. 首要公众

D. 次要公众

E. 边缘公众

标准答案 : AB

3

公众的特点包括()

A. 群体性

B. 共同性

C. 多样性

D. 变化性

E. 相关性

标准答案 : ABCDE

4

影响知觉选择性的客观因素包括

A. 知觉对象本身的特征

B. 对象和背景的差别

C. 对象的组合

D. 需要

E. 知识

标准答案 : ABC

5

受众选择“3S”论认为，受众选择过程表现为

A. 选择性传播

B. 选择性沟通

C. 选择性注意

D. 选择性理解

E. 选择性记忆

标准答案 : CDE

6

学校利用校庆进行广泛的社会宣传，这一活动表明它重视塑造自己的（ ）

A. 文化形象

B. 产品形象

C. 社区形象

D. 环境形象

标准答案 : A

7

“臭名远扬”用来形容组织形象的状态处于（ ）

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 : B

8

议题设置论的代表性学者是（ ）

A. 施拉姆

B. 卢因

C. 拉斯韦尔

D. 麦库姆斯

标准答案 : D

9

下列媒介中，娱乐性功能最强的是（ ）

A. 广播

B. 电视

C. 电影

D. 杂志

标准答案 : B

10

民意测验的最后阶段为（ ）

A. 实施调查

B. 整理资料

C. 分析资料

D. 撰写调查报告

标准答案 : D

1

可能引起公关危机的情形有（ ）

A. 产品质量不合格

B. 知假销售

C. 经济合同纠纷

D. 严重的自然灾害

E. 针对组织的失实新闻报导

标准答案 : ABCDE

2

下列属于视觉识别系统（VIS）的有（ ）

A. 座右铭

B. 企业标志

C. 企业名称

D. 经营策略

E. 经营信条

标准答案 : BC

3

展览会按照内容可分为（ ）

A. 综合性展览

B. 专题性展览

C. 大型展览

D. 中型展览

E. 小型展览

标准答案 : AB

4

广告主题的构成要素包括（ ）

A. 广告成本

B. 信息共性

C. 广告目标

D. 信息个性

E. 消费心

标准答案 : CDE

5

政府公共关系的特征包括（ ）

A. 主体的权威性

B. 客体的复杂性

C. 目标的独特性

D. 传播的优越性

E. 性质上的民主性

标准答案 : ABCDE

6

下列对“公共信息模式”的描述错误的是（）

A. 公关是信息的公布

B. 是一种单向传播模式

C. 利用大众媒介传播相对真实信息

D. 是一种双向传播模式

标准答案 : D

7

下列不是“把关人”作用的是（）

A. 对信息进行整理

B. 将选择后的信息传达给公众

C. 将信息划分重点和优先顺序

D. 为公众选出值得关心和注意的事件

标准答案 : B

8

传播学者麦库姆斯提出了（ ）

A. “3S”论

B. 把关人理论

C. 两级传播论

D. 议题设置论

标准答案 : D

9

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

10

整合营销的最高阶段是（）

A. 协调整合

B. 形象整合

C. 关系管理整合

D. 功能整合

标准答案 : C

1

流行的特点有（ ）

A. 新奇性

B. 时效性

C. 周期性

D. 长久性

E. 两极性

标准答案 : ABCE

2

组织自我形象分析包括（ ）

A. 公众辨认和分析

B. 组织实态的调查分析

C. 员工阶层的调查研究

D. 管理阶层的调查分析

E. 决策阶层的研究分析

标准答案 : BCDE

3

影响受传者选择性理解的心理因素主要包括（ ）

A. 需要

B. 态度

C. 环境

D. 教育

E. 情绪

标准答案 : ABE

4

马斯洛认为人最高层次的需要是（）

A. 安全需要

B. 社交需要

C. 自尊需要

D. 自我实现需要

标准答案 : D

5

“五四运动”、“大生产运动”、“学先进活动”等在舆论对象中属于（）

A. 社会事件

B. 社会问题

C. 社会冲突

D. 社会运动

标准答案 : D

6

下列属于交际型公关的是（）

A. 演讲

B. 电子邮件

C. 售后服务

D. 设立热线电话

标准答案 : B

7

制作“组织形象要素调查表”的常用方法是（）

A. 四步工作法

B. 六步工作法

C. 目标作业法

D. 语意差别分析法

标准答案 : D

8

企业赞助属于（）

A. 服务型公关

B. 宣传型公关

C. 征询型公关

D. 社会活动型公关

标准答案 : D

9

产品定位的客观依据有（ ）

A. 关于产品的调查研究

B. 对于消费者的调查研究

C. 市场情况的调查研究

D. 关于竞争对手的调查研究

E. 关于传播媒体的调查研究

标准答案 : ABCDE

10

组织内设公关机构的模式有（ ）

A. 部门隶属型

B. 部门并列型

C. 高层领导直属型

D. 公共关系委员会

E. 公共关系公司

标准答案 : ABCD

1

6P’s包括（）

A. 产品

B. 促销

C. 价格

D. 渠道

E. 政治权力与公共关系

标准答案 : ABCDE

2

公共关系机构中的财务人员属于（）

A. 计划人员

B. 领导人员

C. 文秘人员

D. 专门技术人员

标准答案 : D

3

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

4

在公共关系学中，组织的公众特指（）

A. 消极受众

B. 积极受众

C. 内部公众

D. 外部公众

标准答案 : B

5

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

6

大脑对当前直接作用于感觉器官的客观事物的整体反映是（）

A. 需要

B. 态度

C. 知觉

D. 心理

标准答案 : C

7

组织行为不当引发的危机有（）

A. 严重的内部事件

B. 工作失误

C. 决策失误

D. 纠纷事件

E. 失实报道

标准答案 : ABCD

8

下列符合一般握手礼节的有（）

A. 长者先伸手

B. 尊者后伸手

C. 女士先伸手

D. 主人先伸手

E. 客人先伸手

标准答案 : ACD

9

公共关系广告的类型包括（）

A. 形象广告

B. 公益广告

C. 观念广告

D. 促销广告

E. 响应广告

标准答案 : ABCE

10

政府公共关系目标的独特性表现在（）

A. 促进公众的认知

B. 提高政府的知名度和美誉度

C. 提高社会效益

D. 政府掌握了大量的大众传播工具

E. 政府的组织传播严密有效

标准答案 : ABC

1

公共关系的本质属性是（）

A. 传播公众

B. 告知公众

C. 传播沟通

D. 管理形象

标准答案 : C

2

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

3

某公关公司主要为客户提供市场形象调查与设计服务，它属于（）

A. 专项业务服务公司

B. 专门业务服务公司

C. 综合服务咨询公司

D. 独立业务服务公司

标准答案 : A

4

在高层领导直属型中，公关机构处于整个组织系统的（）

A. 第一层次

B. 第二层次

C. 第三层次

D. 第二、三层次之间

标准答案 : C

5

全员公关培训的对象是组织的（）

A. 全体公关人员

B. 全体领导人员

C. 全体人员

D. 全体不合格者

标准答案 : C

6

根据对组织的态度，公众可以划分为（）

A. 顺意公众

B. 逆意公众

C. 边缘公众

D. 临时公众

E. 周期公众

标准答案 : ABC

7

一般而言，把关人的传播行为主要包括（）

A. 宣传

B. 疏导

C. 抑制

D. 教育

E. 交流

标准答案 : BC

8

组织的公共关系状态包括（）

A. 社会发展状态

B. 社会关系状态

C. 社会阶层状态

D. 社会舆论状态

E. 社会结构状态

标准答案 : BD

9

公共关系的代表性定义有（）

A. 管理说

B. 传播说

C. 咨询说

D. 关系说

E. 协调说

标准答案 : ABCDE

10

与公共关系职能相关的活动范畴有（）

A. 广告

B. 舆论

C. 危机处理

D. 游说

E. 交际

标准答案 : ACDE