

绝密 ★ 考试结束前

全国 2017 年 10 月高等教育自学考试

公关心理学试题

课程代码:00643

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. “现代公共关系之父”艾维·李创立世界上第一家“宣传顾问事务所”的时间是
A. 1903 年
B. 1904 年
C. 1905 年
D. 1906 年
2. 把心理测验分为文字测验和非文字测验的标准是
A. 测验目的
B. 测验性质
C. 测验方法
D. 测验路径
3. 关于公众文化心理特征的描述,正确的是
A. 文化程度越高,自我意识就越强,需要的层次也越高
B. 文化程度越低,则盲目性越大,自我要求也越高
C. 文化程度越高,自我意识就越高,需要的层次也越低
D. 文化程度越低,则盲目性越小,自我要求也越低
4. 人在对事物的认识过程中表现出来的个体差异方面的性格特征是
A. 性格的态度特征
B. 性格的意志特征
C. 性格的情绪特征
D. 性格的理智特征
5. 一个人对周围事物是非、善恶及其重要性的判断、评价以及行为取向构成了他的
A. 需要
B. 动机
C. 价值观
D. 兴趣

6. 亚当斯的报酬公平理论提出的时间是
- A. 20 世纪 30 年代 B. 20 世纪 40 年代
C. 20 世纪 50 年代 D. 20 世纪 60 年代
7. 作为民族凝聚力的核心,对本民族及其民族文化特点的热爱和依恋感指的是
- A. 民族意识 B. 民族感情
C. 民族语言 D. 民族习惯
8. “王子一定是潇洒、英俊、富有的”,指的是个体心理定势中的
- A. 近因效应 B. 移情效应
C. 经验效应 D. 首因效应
9. “杯弓蛇影”、“草木皆兵”等故事体现的暗示表现形式是
- A. 他人暗示 B. 自我暗示
C. 反暗示 D. 正暗示
10. “选取的内容要真实、可靠”意指组织与公众进行信息沟通时应遵循
- A. 有用原则 B. 新颖原则
C. 健康原则 D. 真实原则
11. 公关策划的首要原则是
- A. 尊重客观事实原则 B. 目标针对性原则
C. 公众利益优先原则 D. 灵活创新原则
12. 在利用大众传播媒介进行宣传的过程中,营利性组织发布的劝导性内容的常用形式是
- A. 社论 B. 评论
C. 倡议书 D. 广告
13. 有限效果论又称
- A. 子弹论 B. 适度效果论
C. 弱效果论 D. 强大效果论
14. 根据交往的自觉程度,交往可分为
- A. 有意识交往和无意识交往 B. 直接交往和间接交往
C. 言语交往和非言语交往 D. 单向交往和双向交往
15. 提出“社会交换论”的美国社会学家是
- A. 舒茨 B. 霍尼
C. 霍曼斯 D. 费斯廷格
16. 判断是对事物特征判定的一种基本思维方式,它的两种形式是
- A. 宏观判断和微观判断 B. 有意判断和无意判断
C. 主观判断和客观判断 D. 直觉判断和复杂判断
17. 霍桑实验的主持人是
- A. 海德 B. 艾宾浩斯
C. 梅奥 D. 洛钦斯
18. 增强组织凝聚力的关键因素是
- A. 组织成员心理满足程度 B. 组织的目标
C. 组织的利益 D. 组织领导人

19. 将“双向道”哲学思想嫁接入公关的公关实践家是
- A. 利昂·费斯廷格
 - B. 爱德华·伯奈斯
 - C. 乔治·赫伯特
 - D. 艾维·李
20. 人为了一定的目的,并根据确定的目的来支配、调节自己的行动,克服种种困难,实现预定目的的心理过程是
- A. 意志
 - B. 情绪
 - C. 个性
 - D. 情感

二、多项选择题:本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

21. 公关心理学的研究原则有
- A. 客观性原则
 - B. 科学性原则
 - C. 系统性原则
 - D. 创新性原则
 - E. 比较性原则
22. 价值取向类型包括
- A. 功名型价值取向
 - B. 事业型价值取向
 - C. 安逸型价值取向
 - D. 享乐型价值取向
 - E. 奉献型价值取向
23. 公关传播效果的层次性包括
- A. 认知层次的传播效果
 - B. 情感层次的传播效果
 - C. 意志层次的传播效果
 - D. 态度层次的传播效果
 - E. 行为层次的传播效果
24. 组织成员的公众意识是通过组织成员公关行为特性来体现的,这些特性包括
- A. 广泛性
 - B. 间接性
 - C. 有效性
 - D. 计划性
 - E. 主动性
25. 公关人员应具有的角色意识体现在
- A. 服务意识
 - B. 创新意识
 - C. 危机意识
 - D. 互利意识
 - E. 长远意识

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、名词解释题:本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分。

- 26. 群体心理特征
- 27. 个体心理定势
- 28. 暗示
- 29. 间接感染
- 30. 公关交往

四、简答题:本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分。

31. 简述双因素理论中保健因素的内容。
32. 简述骚乱的特点。
33. 简述公众舆论的特征。
34. 简述公关交往的特征。
35. 简述集体意识的形成环节。

五、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

36. 试述危机公关的心理策略。
37. 试述公关传播效果提高的心理策略。

六、案例分析题:10 分。

38. 20 世纪 40 年代末,当索尼公司还是一家很小的企业时,它宣称的目标是“成为最知名的企业,改变日本产品在世界上的劣质形象”。这一理念维系和激励了无数员工,调动了他们的积极性和创造性,同时也增强了企业的凝聚力。半个世纪后,索尼最终实现了自己的目标,把一个街道小企业做成了名列世界 500 强的巨型跨国公司。

请回答:

- ①索尼公司是如何来增强企业凝聚力的?
- ②除此之外组织凝聚力培养还有哪些手段?