

公共关系学模拟卷 1

一、判断题

- 1、公共关系概念首出现是 1905 年。(×)
- 2、公共关系工作能够指导广告。(√)
- 3、公共关系古已有之。(×)
- 4、伯纳斯是第一位公共关系理论家。(√)
- 5、1937 年,美国《时代周刊》发表了第一篇公共关系职业统计报告(×)
- 6、现代第一本公共关系著作出版于 1923 年。(√)
- 7、卡尔·博雅的公关信条是“投公众所好”。(×)
- 8、现代公共关系传入我国大陆是从 70 年代开始的。(×)
- 9、1986 年 12 月,北京市成立公共关系协会,成为全国第一家省市级的公共关系团体。(×)
- 10、1961 年国际公共关系协会拟定了《国际公共关系协会行为准则》。(√)
- 11、按照发展过程分,公众可分为非公众——行动公众潜在公众——知晓公众。(×)
- 12、着重对“专业项目进行分析 and 操作谓应急公关,这在英国最为盛行。(×)
- 13、将组织划分为正式组织和非正式组织,是以组织成员之间的关系状态为标准。(√)
- 14、走自己的路,让别人去说吧。(×)
- 15、1989——1992 年是中国公共关系的迅速发展时期。(×)

二、单项选择题

- 16、公共关系的本质属性是【 D 】
A、个人之间的传播沟通 B、公众与个人之间的传播沟通
C、公众与传媒之间的传播沟通 D、组织与公众之间的传播沟通
- 17、公共关系的主体是【 A 】
A、组织 B、公众 C、传媒 D、个人
- 18、被称为“公共关系之父”的人是【 B 】
A、巴纳姆 B、伯尼斯 C、艾维·李 D、格鲁尼格
- 19、下列关于公共关系发展的新特点的说法中,错误的是【 C 】
A、公关理论整合化 B、公关实务专业化
C、公关教育通才化 D、公关地位战略化
- 20、根据公众对组织的态度,可以把公众划分为【 B 】
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
- 21、下列公众对象中,与组织自身相关性最强的是【 D 】
A、政府公众 B、社区公众 C、顾客公众 D、内部公众
- 22、固定的僵化印象对人的知觉的影响,称为【 D 】
A、首因效应 B、近因效应 C、晕轮效应 D、定型作用
- 23、马斯洛认为,决定人们行为的需要是【 C 】

- A、高级需要 B、低级需要 C、优势需要 D、长远需要
- 24、下列关于流行的说法中,正确的是【 D 】
A、流行涉及的范围很狭小 B、流行是少数人随从和追求某种生活方式
C、流行是一种长期不变的社会现象 D、时髦是流行的一种表现
- 25、一个组织被公众知晓、了解的程度,是该组织的【 C 】
A、信誉度 B、美誉度 C、知名度 D、可信度
- 26、在组织的开创阶段,适宜采用的公关方式是【 C 】
A、进攻型公关 B、防御型公关 C、建设型公关 D、维系型公关
- 27、公共关系工作的一般程序是【 D 】
A、公关策划——公关实施——公关调查——公关检测
B、公关调查——公关检测——公关策划——公关实施
C、公关检测——公关调查——公关策划——公关实施
D、公关调查——公关策划——公关实施——公关检测
- 28、公关调查中使用最广泛的方法是【 C 】
A、公众代表座谈会 B、资料分析 C、民意测验 D、利用新闻媒体
- 29、因组织行为不当引起的危机类型是【 A 】
A、劳资矛盾引起罢工 B、地震引起大楼倒塌

31、产品定位

答:所谓产品定位就是在潜在消费者的心目中为你的产品设置一个特定的位置,这个位置只属于你的产品所独占而其他同类产品则不可能拥有。

32、社区公众

答:指组织所在地的区域关系对象,包括当地的管理部门、地方团体组织、左邻右舍的居民百姓。

33、把关人

答:是指在信息传播过程中,对信息的提供、制作、编辑和报导能够采取疏导与抑制行为的关键人物。

34、PDCA 工作法

答:成功的策划就是计划(plan)、实施(doing)、检查(check)和总结(analysis)的总和。

四、简答题

35、组织内设公共关系部门的特点是什么?

- 答:(1)了解内情
(2)便于协调
(3)效率较高
(4)成本较低
(5)受到组织内部因素的制约,难以完全做到客观公正。

36、什么是公众?公众有哪些特征?

答:公众即与公共关系主体利益相关并相互影响和相互作用的个人、群体或组织。
特征:整体性、共同性、相关性、多样性和变化性

37、什么是 CI? 它在企业运作中的功能如何?

答:CI 是指企业通过传播媒介,以增进社会认同的符号传达系统将企业的经营理念与经营哲学向社会大众进行有效传达的过程。

功能包括:增强企业的市场开拓力;强化企业信息的沟通;激励企业内部员工的士气;高素质人才的吸收;增强金融机构和股东的好感和信心;协调经费的合理使用

五、论述题

38、联系实际分析全员公共关系管理

答:全员公共关系管理即通过全员的公共教育与培训,增强全员的公共意识,提高全员行为的自觉性,加强整体的公关配合与协调,发动全员的公关努力,形成浓厚的组织公关文化。

升学历,上橙鹿学宝

www.clxlb.com



C、重大盗窃事件发生

D、有意诬陷引起报导失误

30、公共关系广告的主要目的是【 D 】

A、推销产品 B、提供服务 C、吸引消费者兴趣 D、树立形象

三、名词解释题

(一)领导的公共关系意识;

(二)全员的公共关系配合;

(三)组织的公共关系氛围

六、案例分析题

三株公司在 95、96 年可以说是家喻户晓,备受社会关注,但是 1995 年 9 月三株公司驻杭州地区富阳市的销售主管王某未经杭州三株公司企划部审核,擅自在《富阳报》的一条通栏广告中夸大三株口服液的疗效,致使在以后的短短几天内被各界知名人士严肃指责并刊登在发行量近 30 万份的报刊上,造成三株公司在全国形象受到严重的影响。

结合案例回答以下问题:

(1)三株公司所面临困境是否是公共关系危机?什么是公共关系危机?

(2)如果你是公司负责人,该怎样处理这种公关危机?

答:1、是公共关系危机。公共关系危机主要是指突然发生的、严重损害组织形象、给组织造成严重损失的事件,如公众的指责批评、恶性事故等。

2、结合实际分析

(一)预防危机

建立灵敏的预警系统;完善企业的管理系统;模拟准备

(二)危机处理过程

果断采取措施,有效制止事态扩大;情况调查,收集信息;成立处理公共关系危机的专门机构,制定处理公共关系危机的基本方针和基本政策;确定新闻发言人;迅速、扎实、全面开展工作,并安抚好受害者;认真做好检查,切实改进工作。

公共关系学模拟卷 2

一、判断题

1、公共关系即社会关系。(×)

2、公共关系作为一种客观存在,古已有之。(√)

3、桃李不言,下自成蹊。(×)

4、皇帝的女儿不愁嫁。(×)

5、酒香不怕巷子深。(√)

6、走自己的路,让别人去说吧。(×)

7、王婆卖瓜,自卖自夸。(√)

8、公共关系的最母目标是塑造组织的整体形象。(√)

9、公共关系状态具有可变性。(√)

10、公共关系沟通有两个层次,一是信息层次的沟通,二是观念层次的沟通。(×)

11、公共关系以公众利益为原则,而广告则以“引人注目”为原则。(√)

12、艾维·李的信条是“凡宣传皆好事”。(×)

13、环球公共关系公司是世界上最大的公关公司。(×)

14、中国大酒店是广州最早设立公关机构的组织。(×)

15、我国国营企业设置公共关系部的先例,是广州白云制药厂。(√)

16、1942 年,美国第一个无线电广播网全国广播公司成立,开创了广播电台的新时代。(×)

17、书籍是我国发展最快、影响最大、普及最广的传播媒介。(×)

18、广播的实际普及率最高。(√)

19、自我期望形象即社会组织自己所希望具有的形象,它是社会组织发展的内在动力。(√) 20、组织形象的内容是单一的,不是全面的,是客观的,而不是主观的。(×)

二、单项选择题

21、公共关系的本质属性是【 C 】

A、传播公众 B、告知公众 C、传播沟通 D、管理形象

22、公共关系学中最基本的概念是【 C 】

A、公共关系状态、公共关系活动、公共关系观念

B、关系、舆论、形象 C、组织、公众、传播沟通 D、信息、关系、沟通

23、公共关系的根本职责是【 A 】

A、协调沟通 B、提供服务 C、辅助决策 D、传播推广

24、组织公关部门对内公关的根本目标是【 D 】

A、协调组织领导间的关系 B、树立组织形象

C、协调公关部门与其他部门关系 D、调动员工积极性,增强凝聚力

25、在组织中,主要负责收集信息、预测公众动向及社会发展趋势等任务的公关人员是【 A 】

A、调查分析人员 B、计划分析人员 C、文秘人员 D、传播人员

26、公共关系对象的总称是【 C 】

A、群众 B、受众 C、公众 D、民众

27、工商企业、金融机构、旅游服务业等组织属于【 C 】

A、互益性组织 B、营利性组织 C、服务性组织 D、公益性组织

28、第一印象的强烈影响,在知觉的偏见的产生原因中称作【 C 】

A、定型效应 B、近因效应 C、晕轮效应 D、首因效应

29、人对特定目标的渴求与欲望是指人的【 A 】

A、需要 B、态度 C、知觉 D、心理

30、人口膨胀、环境污染在舆论对象中属于【 B 】

A、社会事件 B、社会问题 C、社会冲突 D、社会运动

31、在公关活动中,一个组织的形象蓝图最终来源于【 D 】

A、员工阶层 B、管理阶层 C、公众阶层 D、决策阶层

32、当某组织发现自身利益与公众目标要求相一致时,应该重点【 C 】

A、进行形象转换 B、进行形象修补 C、强化正面形象 D、减弱正面形象

33、某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是【 A 】



A、建设型公关 B、维系型公关 C、进攻型公关 D、征询型公关

34、传播学研究中的“五 W”模式的提出者是【 D 】

A、麦库姆斯 B、库尔特·卢因

C、保尔·拉扎斯菲尔德 D、哈罗德·拉斯韦尔

35、在下列媒介中，其娱乐性功能最强的是【 B 】

A、广播 B、电视 C、电影 D、通俗杂志

36、发布新闻的原则是【 C 】

A、及时迅速 B、新鲜 C、实事求是 D、准确

37、公共关系广告旨在推销【 D 】

A、商品品牌 B、服务理念 C、商品服务 D、组织形象

38、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【 B 】

A、书面沟通 B、言语沟通 C、E-mail D、综合沟通

39、在传统的市场营销策略组合中，公共关系隶属于【 B 】

A、促销策略 B、营销策略 C、形象策略 D、价格策略

40、广告策划的中心环节是【 B 】

A、广告定位 B、广告创意 C、市场调查 D、广告媒介安排

三、名词解释

41、全员公共关系管理

答：全员公共关系管理即通过全员的公共教育与培训，增强全员的公共意识，提高全员公共行为的自觉性，加强整体的公关配合与协调，发动全员的公关努力，形成浓厚的组织公关氛围与公关文化。

42、公众

答：公众即与公共关系主体利益相关并相互影响和相互作用的个人、群体或组织。

43、把关人

答：是指在信息传播过程中，对信息的提供、制作、编辑和报导能够采取疏导与抑制行为的关键人物。

44、制造新闻

是指在真实的、不损害公众利益的前提下，策划、举办具有新闻价值的事件或活动，吸引新闻界和公众的注意力，制造新闻热点，争取被报道的机会，使本组织成为新闻的主角，以达到提高知名度、扩大社会影响的目的。

45、公共关系危机

六、案例分析题

50、平安行驶超百万，厂家邀请回“娘家”

全国劳动模范、甘肃兰州汽车运输公司张军榜驾驶的一台解放牌底盘改装汽车，行驶 110 万公里无大修。这台车的生产厂家——长春第一汽车制造厂得知后，邀请张军榜驾驶这台车回一趟“娘家”。张军榜驾驶这台车，途经六省一市，行程 3000 公里赶到长春，受到长春第一汽车厂的热烈欢迎。汽车厂向张军榜颁发了模范用户证书，并将一台五吨新型解放牌汽车送给他使用。这件事成了一大新闻，在《羊城晚报》和吉林省几家报纸上都刊登出来了。人们都翘起大拇指，夸赞解放牌汽车质量好，也夸赞长春第一汽车制造厂对用户好。

问：长春第一汽车制造厂的这种行为是一种什么样的行为？该行为与商品广告有何区别？

答：这是推销自身形象的一种特殊手段也就是公共关系广告。

它与商品广告的区别：一般而言商品广告向公众提供商品或劳务信息，以推销商品和提供有偿劳动为目的的传播活动，传播方式是单向型的。而公共关系不以推销产品、商品服务为直接目的，而是推销整个组织的形象，传播方式是双向型的。商品广告一般与营利性的工商企业组织有关，公共关系却是任何一个组织谋求生存发展所需要的手段。

曲印象的心理过程。

原因有：首因效应；近因效应；晕轮效应；定型作用

47、简述受众选择的 3S 论的内容。

答：受众者在选择过程中的三种现象：选择性注意、选择性理解、选择性记忆

48、公关调查主要解决的关键问题是什么？

答：（1）组织所处的环境

（2）组织所面对的各类公众关系的动态

（3）组织与某类关系不协调的公众的矛盾症结及成因

（4）与各种媒介组织的关系状况

五、论述题

49、联系实际分析电视在传播信息中的优势和弱点

答：优势：视听结合传达效果好；纪实性强、有现场感；传播迅速、影响面大；多种功能、娱乐性强。

弱点：信息的储存性差，记录不便也难以查询；受时间限制，受场地、设备条件的限制，信息传送和接受不灵活；电视节目的制作、传送、接受和保存的成本比较高。

公共关系学模拟卷 3

一、单项选择题

1、美国学者雷克斯·哈罗博士对公共关系的定义侧重于【 D 】



- A、公共关系的传播属性 B、公共关系的管理职能
C、公共关系的决策咨询功能 D、公共关系的公众性
- 2、公共关系的对象是【 B 】
A、组织 B、传媒 C、个人 D、公众
- 3、公共关系作为一种职业和学科，最早产生于【 A 】
A、美国 B、英国 C、葡萄牙 D、法国
- 4、中国公共关系正式步入职业化阶段的标志事件是【 C 】
A、在企业中设立公共关系部 B、第一家公共关系公司成立
C、举行初级“公关员”职业上岗培训和考试 D、设立公共关系专业
- 5、公共关系产生于 20 世纪的资本主义国家，其产生的技术条件是【 C 】
A、由“理性”转向“人性” B、市场经济取代小农经济
C、大众传播超越个体传播 D、民主政治取代专制政治
- 6、公共关系的根本职责是【 D 】
A、辅助决策 B、传播推广 C、提供服务 D、协调沟通
- 7、组织的公关部介于组织与公众环境之间，对内它主要代表【 D 】
A、组织 B、领导 C、部门 D、社会公众
- 8、组织的全员公关培训指对全员进行公关教育，其重点是【 B 】
A、公关知识普及教育 B、公关思想及意识教育 C、政治思想 D、公关能力教育
- 9、把公众区分为个体公众和组织公众的标准是【 C 】
A、关系的重要程度 B、关系的稳定程度 C、组织结构 D、价值取向
- 10、组织公关调查活动的第一个具体环节是【 C 】 A、组织实际形象分析 B、组织形象差距分析 C、组织自我形象分析 D、组织形象评估
- 11、公共关系的本质属性是【 D 】
A、个人之间的传播沟通 B、公众与个人之间的传播沟通
C、公众与传媒之间的传播沟通 D、组织与公众之间的传播沟通
- 12、公共关系的主体是【 A 】
A、组织 B、公众 C、传媒 D、个人
- 13、被称为“公共关系之父”的人是【 B 】
A、巴纳姆 B、伯尼斯 C、艾维·李 D、格鲁尼格
- 14、下列关于公共关系发展的新特点的说法中，错误的是【 C 】

- A、公关理论整合化 B、公关实务专业化 C、公关教育通才化 D、公关地位战略化
- 15、根据公众对组织的态度，可以把公众划分为【 B 】
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
- 16、下列公众对象中，与组织自身相关性最强的是【 D 】
A、政府公众 B、社区公众 C、顾客公众 D、内部公众
- 17、固定的僵化印象对人的知觉的影响，称为【 D 】
A、首因效应 B、近因效应 C、晕轮效应 D、定型作用
- 18、马斯洛认为，决定人们行为的需要是【 C 】
A、高级需要 B、低级需要 C、优势需要 D、长远需要
- 19、下列关于流行的说法中，正确的是【 D 】
A、流行涉及的范围很狭小 B、流行是少数人随从和追求某种生活方式
C、流行是一种长期不变的社会现象 D、时髦是流行的一种表现
- 20、一个组织被公众知晓、了解的程度，是该组织的【 C 】
A、信誉度 B、美誉度 C、知名度 D、可信度
- 21、在组织的开创阶段，适宜采用的公关方式是【 C 】
A、进攻型公关 B、防御型公关 C、建设型公关 D、维系型公关
- 22、公共关系工作的一般程序是【 D 】
A、公关策划——公关实施——公关调查——公关检测
B、公关调查——公关检测——公关策划——公关实施
C、公关检测——公关调查——公关策划——公关实施
D、公关调查——公关策划——公关实施——公关检测
- 23、公关调查中使用最广泛的方法是【 C 】
A、公众代表座谈会 B、资料分析 C、民意测验 D、利用新闻媒体
- 24、因组织行为不当引起的危机类型是【 A 】 A、劳资矛盾引起罢工 B、地震引起大楼倒塌 C、重大盗窃事件发生 D、有意诬陷引起报导失误
- 25、公共关系广告的主要目的是【 D 】
A、推销产品 B、提供服务 C、吸引消费者兴趣 D、树立形象
- 26、在 VIS 中，应用最广泛、出现频率最多的要素是【 C 】
A、标准字 B、象征图案 C、标志 D、企业广告



27、广告策划的基础是【 A 】

A、市场调查 B、广告定位 C、广告创意 D、广告效果测定

28、在整合营销传播的发展层次中，最基础的形式是【 D 】

A、形象的整合 B、关系管理的整合 C、功能的整合 D、认知的整合

29、以下各项不属于政府公共关系职能的是【 C 】

A、信息交流职能 B、沟通协调职能 C、决策指挥职能 D、形象塑造职能

30、政府公共关系的宗旨是【 B 】 A、与邻国建立友好关系 B、全心全意为人民服务 C、提高行政透明度 D、树立政府形象

二、名词解释题

31、产品定位

答：所谓产品定位就是在潜在消费者的心目中为你的产品设置一个特定的位置，这个位置只属于你的产品所独占而其他同类产品则不可能拥有。

32、公众

答：公众即与公共关系主体利益相关并相互影响和相互作用的个人、群体或组织。

33、把关人

答：是指在信息传播过程中，对信息的提供、制作、编辑和报导能够采取疏导与抑制行为的关键人物。

34、公共关系危机

是指突然发生的、严重损害组织形象、给组织造成严重损失的事件，如公众的指责批评、恶性事故等

35、制造新闻

是指在真实的、不损害公众利益的前提下，策划、举办具有新闻价值的事件或活动，吸引新闻界和公众的注意力，制造新闻热点，争取被报道的机会，使本组织成为新闻的主角，以达到提高知名度、扩大社会影响的目的。

三、简答题

36、什么是知觉的偏见？它是由哪些原因造成的？

答：是指人们在感知事物的时候，由于特殊的主观动机或外界刺激，对事物产生一种片面或歪曲印象的心理过程。

原因有：首因效应；近因效应；晕轮效应；定型作用

37、简述受众选择的 3S 论的内容。

答：受众者在选择过程中的三种现象：选择性注意、选择性理解、选择性记忆

38、公关调查主要解决的关键问题是什么？

答：（1）组织所处的环境

40、答：1、是公共关系危机。公共关系危机主要是指突然发生的、严重损害组织形象、给组织造成严重损失的事件，如公众的指责批评、恶性事故等。

2、是公共关系危机发生的原因

四、论述题

39、联系实际分析全员公共关系管理

答：全员公共关系管理即通过全员的公共教育与培训，增强全员的公共意识，提高全员公共行为的自觉性，加强整体的公关配合与协调，发动全员的公关努力，形成浓厚的组织公关氛围与公关文化。

（一）领导的公共关系意识

（二）全员的公共关系配合

（三）组织的公共关系氛围

王某未经杭州三株公司企划部审核，擅自在《富阳报》的一条通栏广告中夸大三株口服液疗效，致使在以后的短短几天内被各界知名人士严肃指责并刊登在发行量近 30 万份的报刊上，造成三株公司在全国形象受到严重的影响。

结合案例回答以下问题：

（1）三株公司所面临困境是否是公共关系危机？什么是公共关系危机？

（2）如果你是公司负责人，该怎样处理这种公关危机？

六、案例分析题

40、三株公司在 95、96 年可以说是家喻户晓，备受社会关注，但是 1995 年 9 月三株公司驻

2、结合实际分析

杭州地区

（一）预防危机

富阳市的

建立灵敏的预警系统；完善企业的管理系统；模拟准备

销售主管

（二）危机处理过程

果断采取措施，有效制止事态扩大；情况调查，收集信息；成立处理公共关系危机的专门机构，制定处理公共关系危机的基本方针和基本政策；确定新闻发言人；迅速、扎实、全面开展工作，并安抚好受害者；认真做好检查，切实改进工作。

