

公共关系学（第3版）课程模拟试题

一、单项选择题（每小题2分，请在给出的选项中，选出最符合题目要求的一项。）

1. 公共关系可直接称为（ ）。

- 【A.】公众关系
- 【B.】人际关系
- 【C.】人群关系
- 【D.】社区关系

2. 在本教材中，我们给出一个简洁的公共关系定义是（ ）。

【A.】通过宣传与一般公众建立的关系，社会组织向其公众报告它的活动、政策等情况，企图建立有利的公众舆论的职能。

【B.】公共关系是一种管理哲学，在所有的决策和行动中，都以公众的利益为前提。

【C.】公共关系是以相互满意的双向传播为基础，以好名声和负责任的行为影响舆论的有计划的努力。

【D.】公共关系是一门管理科学，主要通过组织与公众之间的双向传播，协调关系、处理危机、塑造形象，在满足公众利益的基础上求得组织自身的发展。

3. 公共关系观念是指（ ）。

【A.】人们在公共关系实践中形成的影响人们思想和行为倾向的深层的思想意识，是人们对公共关系活动的一种自觉的认识和理解。

【B.】一个组织所处的社会关系和社会舆论的状态，即这个组织在公众心目中的现实形象。

【C.】一个组织为创造良好的社会环境，争取公众舆论支持而采取的政策、行动和活动。

【D.】表现为重视公众的利益，将公众的意愿作为决策和行动的根据，将满足公众的要求作为重要的经营方针和管理政策意识。

4. 在公共关系发展史上，发生了“海斯事件”，事件制造人——巴纳姆是个骗子，他的宣传信条是（ ）。

- 【A.】提高透明度
- 【B.】向公众说真话
- 【C.】投公众所好
- 【D.】凡宣传皆是好事

5. 利用新闻媒介揭露垄断企业“愚弄公众”的现象，形成了美国近代史上著名的（ ）。

- 【A.】报刊宣传运动
- 【B.】揭丑运动
- 【C.】民主政治运动
- 【D.】便士报

6. 1923 年出版的被称为公共关系理论发展史的“第一个里程碑”的专著是（ ）。

- 【A.】《公共关系学》
- 【B.】《公众舆论之形成》
- 【C.】《有效的公共关系》
- 【D.】《舆论》

7. 21 世纪，人类已经进入了以“知识经济”为特征的新经济时代。公共关系人员进行公众心理的调查、分析预测与咨询等活动，属于公共关系职责的（ ）。

- 【A.】收集信息
- 【B.】传播沟通
- 【C.】咨询决策
- 【D.】教育引导

8. 设计一个具有独特风格的组织名称和商标是组织处于（ ）的主要任务。

- 【A.】发展困难时期
- 【B.】发展顺利时期

【C.】 组织初创时期

【D.】 形象受损时期

9. () 可以说是公共关系最基本的职能。这项工作做好了,就意味着具有很好的社会信誉,可以取得广大公众的信任和支持,这也就是我们通常所说的“无形资产”。

【A.】 优化环境

【B.】 提高素质

【C.】 塑造形象

【D.】 协调关系

10. 在部门所属型的公共关系部中,把公共关系职能定位于传播功能,主要是因为将公共关系部归属于 ()。

【A.】 销售部门

【B.】 广告宣传部门

【C.】 接待部门

【D.】 办公室

11. () 是由各具专长的公共关系专家和公共关系技术人员组成,专门从事公共关系方面的有关咨询和公共关系活动,受具体企事业单位委托,为其开展公共关系工作提供设计方案、决策参考的社会服务机构。

【A.】 公共关系学者

【B.】 公共关系部门

【C.】 公共关系顾问

【D.】 公关咨询公司

12. 优秀的公共关系人员在性格上应具备的特征是 ()。

【A.】 公正无私

【B.】 开朗、有耐心、能宽容

【C.】 实事求是

【D.】 创新能力

13. ()就是公众对组织的看法和评价。它在很大程度上左右着顾客的市场选择。

- 【A.】公众态度
- 【B.】组织形象
- 【C.】组织信誉
- 【D.】知名度

14. 高美誉度、低知名度属于公共关系的()状态。

- 【A.】最佳
- 【B.】较为安全、稳定
- 【C.】不良
- 【D.】恶劣

15. 公共关系的调查方法很多,其中,()收集到的信息比较客观和准确,方法简便易行,灵活多样,是公关人员经常采用的方法。

- 【A.】观察法
- 【B.】文献调查法
- 【C.】抽样调查法
- 【D.】访谈法

16. ()是公共关系工作对象中最敏感、最重要的一部分。社会组织都将其视为“无冕之王”。

- 【A.】政府公众
- 【B.】消费者公众
- 【C.】媒介公众
- 【D.】社区公众

17. ()是指与某个社会组织主体在地域上互邻且利益相关的一种公众关系。

- 【A.】政府关系
- 【B.】消费者关系
- 【C.】股东关系
- 【D.】社区关系

18. 从本质上说, ()属于内部关系。这是一种分散于外部的内部关系, 他们是组织的“财源”和“权源”。

- 【A.】员工关系
- 【B.】名流关系
- 【C.】股东关系
- 【D.】社区关系

19. 组织与公众沟通的比较权威的途径就是运用 ()。

- 【A.】公关广告
- 【B.】人际传播
- 【C.】网络
- 【D.】大众传播

20. 信息内容要经过“把关人”的选择是 () 的特点之一。

- 【A.】人际传播
- 【B.】组织传播
- 【C.】网络传播
- 【D.】大众传播

21. 新闻公报最常见的结构类型有三种, 在报道各类突发事件时, 通常采用 ()。

- 【A.】倒金字塔形
- 【B.】并列结构
- 【C.】顺时结构

【D.】 金字塔形

22. 谈判前要全面收集和分析谈判双方的争议焦点。谈判过程中所有的数据、事例、方案都必须真实, 尊重事实, 坚持实事求是。这体现了公共关系谈判的() 原则。

【A.】 实事求是、真诚守信原则

【B.】 求同存异、平等互利原则

【C.】 重视时间原则

【D.】 重视效率原则

23. 演讲者在演讲开始前先提出一些能调动公众想象力、思维能力的问题, 以便引起他们对演讲的注意。这样的开场白属于 ()。

【A.】 感情趋近型

【B.】 轻松幽默型

【C.】 悬念吸引型

【D.】 先声夺人型

24. 一般情况下, 组织每年搞庆典活动 ()。

【A.】 1 次就够了

【B.】 5—6 次就够了

【C.】 2—3 次就够了

【D.】 10 次就够了

25. 按照 () 角度划分, 展览会可以划分为贸易展览会与宣传展览会。

【A.】 性质

【B.】 举办地点

【C.】 展览项目

【D.】 展览规模

26. 公关礼仪最根本的原则就是（ ）。

- 【A.】 公平对等
- 【B.】 尊重公众
- 【C.】 身份差异
- 【D.】 从简实效

27. 良好的（ ）是一切公关活动的起点，是一切社交场合所必备的“通行证”。

- 【A.】 个人礼仪
- 【B.】 文化素养
- 【C.】 体态与表情
- 【D.】 组织形象

28. 组织行为识别系统的英文缩写是（ ）。

- 【A.】 MI
- 【B.】 CI
- 【C.】 BI
- 【D.】 VI

29. 处于整个 CI 最高层的是（ ）。

- 【A.】 理念识别系统
- 【B.】 视觉识别系统
- 【C.】 行为识别系统
- 【D.】 组织识别系统

30. CI 导入的（ ）阶段，工作包括企业内部的宣传调查和形象的外部调查两部分。

- 【A.】 提案准备阶段
- 【B.】 调研宣传阶段
- 【C.】 设计开发阶段
- 【D.】 实施阶段

二、多项选择题（每小题 2 分，请在下列每小题给出的选项中，选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分。）

1. 人们普遍认为公共关系可以是（ ）。

- 【A.】公共关系状态
- 【B.】公共关系活动
- 【C.】公共关系观念
- 【D.】公共关系学科
- 【E.】公共关系职业

2. 公共关系学涉及的学科有（ ）。

- 【A.】伦理学
- 【B.】管理学
- 【C.】社会学
- 【D.】营销学
- 【E.】传播学

3. 社会组织简称组织，是指由一定的社会成员，按照一定的规范，围绕一定的目标聚合而成的社会团体。它一般具有以下特点（ ）。

- 【A.】群体性
- 【B.】系统性
- 【C.】稳定性
- 【D.】导向性
- 【E.】公益性

4. 艾维·李的公共关系思想提出的原则是（ ）。

- 【A.】公众必须被告知
- 【B.】投公众所好
- 【C.】凡宣传都是好事
- 【D.】向公众说真话
- 【E.】双向沟通

5. 公共关系是组织的一项重要管理职能，它的发展与管理学的发展密切相关。20 世纪以来，西方管理学领域中的两种思潮对公共关系的发展影响极大，它们是（ ）。

- 【A.】科学管理理论
- 【B.】大众传播理论
- 【C.】市场营销理论
- 【D.】组织行为理论
- 【E.】人际关系理论

6. 公共关系是组织管理中的一个重要环节，为了实现公共关系的管理目标，需要做好许多具体的工作，即（ ）。这些工作，就是公共关系的职责。

- 【A.】收集信息
- 【B.】咨询决策
- 【C.】塑造形象
- 【D.】传播沟通
- 【E.】教育引导

7. 公共关系的职责之一就是收集信息。公关部门要收集的信息主要包括（ ）等。

- 【A.】产品形象信息
- 【B.】组织形象信息
- 【C.】政府及媒介信息
- 【D.】内部公众信息
- 【E.】管理部门信息

8. 通过公共关系管理，组织可以在以下（ ）方面提高员工的素质。

- 【A.】树立公众至上的意识
- 【B.】树立交往合作的意识
- 【C.】树立个人形象的意识
- 【D.】树立与时俱进的意识
- 【E.】树立优化环境的意识

9. 从工作方式来观察，公共关系部的组织类型可以分为（ ）。

- 【A.】 公共关系对象型
- 【B.】 总经理直接负责型
- 【C.】 部门负责型
- 【D.】 公共关系手段型
- 【E.】 公共关系复合型

10. 公共关系公司在工作中应自觉遵守的原则有（ ）。

- 【A.】 遵纪守法
- 【B.】 讲求真实、准确
- 【C.】 不干涉内务
- 【D.】 保守秘密
- 【E.】 为相互竞争的委托组织同时服务

11. 公共关系人员的品德应该包括以下几个方面的内容（ ）。

- 【A.】 实事求是
- 【B.】 公正无私
- 【C.】 勤奋努力
- 【D.】 乐于助人
- 【E.】 光明磊落

12. 美国公共关系学的权威著作《有效的公共关系》一书，提出了公共关系的四步工作法，其内容是（ ）。

- 【A.】 公共关系宣传
- 【B.】 公共关系策划
- 【C.】 公共关系调查
- 【D.】 公共关系评估
- 【E.】 公共关系实施

13. 公共关系调查的主要内容包括（ ）。

- 【A.】 社会环境调查
- 【B.】 经济环境
- 【C.】 公众调查
- 【D.】 公众态度
- 【E.】 组织形象调查

14. 公众是一个经常变化的群体，因此公众调查应经常进行。公众调查要掌握以下方面资料（ ）。

- 【A.】 公众构成
- 【B.】 公众意见
- 【C.】 公众态度
- 【D.】 公众需求
- 【E.】 意见领袖

15. 公关模式是指由一定的公共关系目标和任务，以及为实现这种目标和任务所应用的一整套工作方法构成的一个有机系统。常见的公关模式包括（ ）。

- 【A.】 宣传型公关
- 【B.】 交际型公关
- 【C.】 服务型公关
- 【D.】 社会型公关
- 【E.】 防御型公关

16. 当代传播学关于传播渠道的划分主要有（ ）。

- 【A.】 组织传播
- 【B.】 亲身传播
- 【C.】 人际传播
- 【D.】 大众传播
- 【E.】 网络传播

17. 在实施信息传播的过程中，公关人员会遇到很多的障碍，这些障碍主要来自（ ）等方面。

- 【A.】政治的
- 【B.】经济的
- 【C.】语言文字的
- 【D.】文化的
- 【E.】年龄的

18. 社区关系的特点是（ ）。

- 【A.】生活联系面广
- 【B.】空间区域性强
- 【C.】利益分享相关
- 【D.】文化背景相近
- 【E.】舆论影响广泛

19. 组织开展政府公共关系，可以促进政府职能的转变，提高行政效率，还可以促使政府密切与人民群众的联系。政府公共关系的具体工作有如下几方面（ ）。

- 【A.】做模范公民
- 【B.】帮助政府排忧解难
- 【C.】遵守政府的政策法规
- 【D.】及时和真实地与政府沟通
- 【E.】积极参与政府组织的各类活动

20. 大众传播媒介多种多样，各类传播媒介既有共性，又有个性。相比较而言，它们各有优缺点，适用于不同类型的公众。记录性较差是（ ）。

- 【A.】广播的缺点
- 【B.】报纸的缺点
- 【C.】杂志的缺点
- 【D.】电视的优点
- 【E.】电视的缺点

21. 公关广告与商品广告的差异在于（ ）。

- 【A.】直接目的不同
- 【B.】根本目的不同
- 【C.】内容不同
- 【D.】发布方式不完全相同
- 【E.】应用范围不同

22. 与传统媒介相比，互联网有如下特点（ ）。

- 【A.】自由性
- 【B.】无限性
- 【C.】虚拟性
- 【D.】灵活性
- 【E.】互动性

23. 人际传播中，人际沟通的技巧包括（ ）。

- 【A.】扩大开放区，缩小秘密区
- 【B.】找到共同经验区
- 【C.】注意尊重对方
- 【D.】防止说话伤害对方
- 【E.】学会保持沉默

24. 公共关系谈判的程序可以分为（ ）。

- 【A.】导入阶段
- 【B.】概说阶段
- 【C.】交锋阶段
- 【D.】妥协阶段
- 【E.】协议阶段

25. 从演讲的风格来看，常见的开场方式有（ ）。

- 【A.】轻松幽默型

【B.】感情趋近型

【C.】悬念吸引型

【D.】先声夺人型

【E.】平铺直叙型

26. 赞助活动的程序是（ ）。

【A.】调查研究、确定对象

【B.】制定预算、落实责任

【C.】制订计划、落到实处

【D.】完成计划、争取效益

【E.】评价效果、以利再战

27. 任何一个组织，特别是企业想搞好开放组织活动，必须从以下几个方面去考虑（ ）。

【A.】明确目的

【B.】安排时间

【C.】成立专门机构

【D.】做好宣传工作及向导工作

【E.】做好服务接待工作

28. 危机事件的特点具有（ ）。

【A.】突发性

【B.】协调性

【C.】紧迫性

【D.】可变性

【E.】危害性

29. 公关礼仪的基本原则就是人们处理公众关系时的出发点和应遵从的指导思想。公关礼仪应遵循下列原则（ ）。

【A.】公平对等原则

【B.】身份差异原则

【C.】 从简实效原则

【D.】 尊重公众原则

【E.】 适度原则

30. 在全部 CI 系统中，最为引人注目的内容还要算 VI，即视觉识别系统。
VI 的基本要素包括（ ）。

【A.】 企业名称

【B.】 企业标志

【C.】 标准色

【D.】 标准字

【E.】 象征物

三、判断正误题（每小题 1 分）

1. 公共关系是一门专业性的理论学科。

【A.】√

【B.】×

2. 任何组织，都处在一定的公共关系状态之中，这是一种客观存在的形态。

【A.】√

【B.】×

3. 公共关系是以真实为基础的双向沟通。组织一方面要吸取人情民意以调整决策，改善自身；另一方面又要对外传播，使公众认识和了解自己，达成有效的双向意见沟通。这就是公共关系的特征：整体性。

【A.】√

【B.】×

4. 在公共关系学里，公众与“大众”、“群众”是没有区别的。是指与一个社会组织发生直接或间接关系，对该组织的生存和发展具有现实的或潜在影响力的个人、群体和社会团体。

【A.】√

【B.】×

5. 内部公众主要指组织的员工，还包括组织的股东和员工家属。

【A.】√

【B.】×

6. 行动公众是由潜在公众发展而来的。行动公众不仅意识到了问题的存在，而且准备或者已经采取解决问题的某种行动。

【A.】√

【B.】×

7. 边缘公众指与组织虽有关系，但联系较少、影响较小的一类公众，其重要性最小。

【A.】√

【B.】×

8. 美国著名的未来学家托夫勒将当今的后工业时代称为信息时代。在信息时代里，“知识就是资源，信息就是金钱”，现代社会组织的发展一刻也离不开信息。

【A.】√

【B.】×

9. 在一个比较发达的商品经济社会里，公众的消费行为主要是由消费心理支配的。

【A.】√

【B.】×

10. 在员工中开展公共关系知识讲座，提高员工的公共关系技能，是内部公共关系工作中一项经常性的工作。它属于公共关系的“教育引导”职责。

【A.】√

【B.】×

11. 公共关系完全是为组织营造生存、发展环境服务的。

【A.】√

【B.】×

12. 公共关系部是贯彻组织公共关系思想、实现公共关系目标的专业性机构。

【A.】√

【B.】×

13. 根据传播学原理，公众对大众传播中输送的信息，并不是无条件接受的。研究公众，必须研究能够经常影响他们意见的领袖，如专家学者、权力人物、社

会名流、新闻记者等。

【A.】√

【B.】×

14. 组织的自我期待形象，是一个组织自我希望具有的社会形象。它是一个组织发展的内在动力。

【A.】√

【B.】×

15. 公共关系宣传要想取得良好的效果，要注意语言价值色彩的选用。公关宣传要尽量选用中性的词语，以显得平易近人，慎用最高级的赞语。

【A.】√

【B.】×

四、简答题（每小题 10 分。）

1. 公关人员在设计调查问卷时要注意什么问题？
2. 举办新闻发布会要做好哪些准备工作？
3. 简述企业开展赞助活动时应注意的事项。

公共关系学（第3版）课程模拟试题 答案

一、单项选择题（每小题2分，请在给出的选项中，选出最符合题目要求的一项。）

1-5. ADADB 6-10. BCCCB 11-15. DBBBA 16-20. CDCDD
21-25. CACCA 26-30. BACAB

二、多项选择题（每小题2分，请在下列每小题给出的选项中，选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分。）

1. ABCDE	2. ABCDE	3. ABCD	4. AD	5. AE
6. ABDE	7. ABCD	8. ABCD	9. ADE	10. ABCD
11. ABCDE	12. BCDE	13. ACE	14. ACDE	15. ABCD
16. ACDE	17. ABCDE	18. ABCD	19. ABDE	20. AE
21. ACDE	22. ABCDE	23. ABCDE	24. ABCDE	25. ABCD
26. ACDE	27. ABCDE	28. ACDE	29. ABCDE	30. ABCDE

三、判断正误题（每小题1分。）

1-5. BABBA 6-10. BAAAA 11-15. BAAAA

四、简答题（每小题10分。）

1. 答题要点：公关人员在设计调查问卷时应注意以下问题：（1）尊重调查对象，慎重选择所提问题，防止对调查对象情感造成伤害。（1分）如宗教信仰、民族习俗、个人隐私等问题属于调查中的忌讳。（2）问题的组织要有顺序，合乎逻辑。（1分）不同问题可能涉及不同的方面，但不同问题的排列必须是有前后顺序的。（1分）（3）文字简洁、明确，通俗易懂，不可太长，（1分）不要用调查对象难以理解的专业术语，不要加太多的形容词。（1分）（4）不要用双重提问，即一个问题最好只有一个答案。（1分）（5）措辞准确，防止模糊不清或模棱两可。（1分）（6）避免使用带倾向性的措辞。（1分）（7）备选答案力求全面，避免出现重大遗漏。（1分）（8）如果对问卷没有把握，可以先在小范围内进行测试，请

部分调查对象问答问题，分析问卷，看看其中是否有不妥之处。（1分）

2. 答题要点：组织新闻发布会是公关部门经常性的业务工作。在筹备记者招待会时要注意做好以下的工作：（1）邀请记者。（1分）新闻发布会邀请记者的范围要根据会议的主题而定；组织无论在什么范围内邀请记者，有一个原则必须遵守，即对同一级的新闻单位要一视同仁，避免厚此薄彼。（1分）（2）统一宣传口径。（1分）在新闻发布会前一定要在组织内部统一口径，以免因参加会议的人员说法不统一，造成记者报道失实。（1分）（3）选择主要发言人。（1分）新闻发布会的主要发言人一般应由组织的主要负责人担任，因为他熟悉组织的全面情况，说话有权威性。（4）准备报道提纲和答案要点。（1分）公关部门的负责人在会前要熟悉主要发言，并根据主要发言整理出报道提纲。（5）准备好会场。（1分）组织在新闻发布会召开前一定要认真选择会场，会场外部应交通方便，环境干扰少。（6）会议主持人做好准备工作。（1分）新闻发布会的主持人一般由公关部的负责人担任，主持人应当语言幽默，机智灵活，善于控制会场上的气氛。（7）准备好辅助工具。（1分）（8）安排好记者活动。（1分）

3. 答题要点：所谓赞助活动是指社会组织以不计报酬的捐赠方式，出资或出大力支持某一项社会活动、某一种社会事业。开展赞助活动是企业对社会做出贡献的一种表现。（2分）应注意以下事项：（1）企业的赞助活动，应以企业和企业所面对的社会环境为出发点，制定出切实可行的公共关系政策、方针和策略，赞助切忌盲目。一切人情式赞助，一切不利于企业发展的赞助，都应拒之门外。（2分）（2）企业应将公共关系政策公布于众。应保持与被赞助者和赞助活动组织者之间的联系；应将赞助计划，列入企业为其生存和发展创造环境的长期计划，分清所需赞助事业的轻重、缓急，逐步实施。（2分）（3）企业的公共关系部，应随时把握社会赞助的供求状况，做到灵活掌握赞助款项。应留有机动性较强的费用，当计划外的重大社会活动举办时，才能应变自如。（2分）（4）对赞助活动进行科学管理，必使其善举“广”行。由此创造出的良好的社会效益，必然会得到社会的广泛支持。（2分）