

全国 2009 年 4 月自学考试企业文化试题

课程代码: 03297

一、单项选择题 (本大题共 25 小题, 每小题 1 分, 共 25 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 《易·贲卦》说: “观乎天文, 以察时变; 观乎人文, 以化成天下”。这里“人文化成”的含义是(D) 1-2
A. 文治教化 B. 人类的精神气质
C. 人文素质的修炼 D. 典籍和礼仪风俗
2. 把文化看成是一个知识技术体系的学者是(B) 1-3
A. 克拉克洪 B. 莫菲
C. 泰勒 D. 克鲁克
3. 在日本, 企业文化被称为(C) 1-5
A. 商业文化 B. 公司文化
C. 社风 D. 会社文化
4. 企业行为文化的显性要素集中表现为(C) 2-52
A. 企业制度 B. 企业标志
C. 企业交往礼仪 D. 企业领导行为
5. 在企业局部环境中, 最能集中体现企业文化环境的是(D) 2-64
A. 办公环境 B. 生产环境
C. 生活环境 D. 经营环境
6. 作为企业物质文化的基础要素, 企业标准色的物质形态是(A) 2-61
A. 色彩本身 B. 带色彩的标准字
C. 带色彩的企业标志 D. 带色彩的企业吉祥物
7. 优质的企业文化, 最终必须能够服务于(C) 3-96
A. 企业 B. 社会
C. 人 D. 国家
8. 优化企业文化的基本途径是(C) 3-97
A. 依靠科技进步 B. 依靠管理创新
C. 建立以人为本的价值观 D. 提高生产效率
9. 在企业价值观的层次系统中, 整个系统的最终基础是(D) 3-98

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

- A. 企业精神 B. 企业文化
C. 企业理念 D. 企业基本价值观
10. 企业管理发展的最高阶段是(C)4-120
A. 经营管理 B. 科学管理
C. 文化管理 D. 行为管理
11. 企业逐渐成为一种“组织”的时间是(C)4-120
A. 18 世纪初 B. 18 世纪中期
C. 19 世纪中期 D. 19 世纪末
12. 根据马斯洛需要层次论的观点, 人最基本的需要是(D)4-127
A. 自我实现的需要 B. 安全的需要
C. 社交和爱的需要 D. 生理的需要
13. 企业文化管理更侧重于企业的(A)5-168
A. 内部活动 B. 外部活动
C. 社会环境 D. 市场环境
14. 与生产观念、产品观念、推销观念相比较, 营销观念的重点是(C)5-171
A. 强调社会需求 B. 强调产品研发
C. 强调顾客需求 D. 强调营销队伍建设
15. 就产品的色彩而言, 如果目标市场的顾客是现代青年, 则应体现(C)5-180
A. 地域特征 B. 庄重深沉
C. 青春时尚 D. 民族气息
16. 培养企业文化竞争力, 首先必须培养企业文化的(D)6-214
A. 影响力 B. 凝聚力
C. 比较优势 D. 伦理精神
17. CIS 系统就是(B) 6-229
A. 企业国际交往系统 B. 企业形象识别系统
C. 企业生产运行系统 D. 企业市场身份系统
18. 认为创新就是建立一种新的生产函数的西方经济学家是(C) 6-233
A. 萨缪尔森 B. 蒙代尔
C. 熊彼特 D. 凯恩斯
19. 一般来说, 扩张能力越强的企业文化, 其竞争能力会(A) 7-242
A. 越强 B. 越弱
C. 不变 D. 不稳定

20. 企业扩张的本质内容是(C)7-241
A. 产品扩张 B. 市场扩张
C. 资本扩张 D. 人员扩张
21. 一体化企业文化扩张的主要特征是(A) 7-262
A. 复制 B. 改造
C. 融合 D. 互补
22. 企业文化形成的共同基础是(C)8-272
A. 地域文化 B. 乡土文化
C. 民族文化 D. 商业文化
23. 在中西文化的影响下, 相对而言, 中国企业文化更强调(C)8-283
A. 个体意识 B. 主体意识
C. 团队意识 D. 冒险意识
24. 风险小、反馈慢的企业比较容易形成的文化类型是(B)9-307
A. 强人文化 B. 过程文化
C. 努力工作, 尽情享受的文化 D. 赌注文化
25. 从狭义方面理解, 企业公关的主体是(C)9-303
A. 政府和行业组织的有关职能部门 B. 企业组织
C. 企业中专门担任公关的职能机构 D. 企业董事会
- 二、多项选择题(本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)
在每小题列出的五个备选项中有二至五个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。
26. 企业管理理论中古典管理理论阶段的代表人物有(BCD)4-120
A. 梅奥 B. 泰勒
C. 韦伯 D. 法约尔
E. 莫尔斯
27. 行为科学管理理论大致包括(ABC)4-125
A. 人性理论 B. 激励理论
C. 群体理论 D. 决策理论
E. 权变理论
28. 狭义的企业经营就是企业直接为了赢利而从事的一切活动, 包括(ABCDE)5-166
A. 市场调查 B. 产品开发
C. 产品生产 D. 产品销售

E. 售后服务

29. 强势企业文化的提升建设所包含的内容有(ACD)7-248

- A. 建设高度自律的领袖意识
- B. 建设毫不懈怠的进取精神
- C. 建设百折不挠的扩张精神
- D. 建设海纳百川的开放胸襟
- E. 建设艰苦朴素的节约意识

30. 企业的外部社会环境包括(ABCDE)9-315

- A. 政府
- B. 金融机构
- C. 税务机构
- D. 社区
- E. 相关大众

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

31. 企业精神文化 2-66

答: 企业精神文化就是广义的企业精神。

32. 企业文化管理 4-140

答: 企业文化管理就是提炼和贯彻优质的企业价值观, 使企业人力资源得到最佳配置, 使企业员工的潜力得到最大发挥。

33. 品牌的文化定位 5-186

答: 品牌的文化定位就是为产品(或产品链)确定一个既能体现企业文化、产品特征, 又能体现目标市场顾客的文化需求的认知点。

31. 企业形象 6-229

答: 企业形象就是企业和社会大众, 尤其是顾客心中的综合性的品质印象。

35. 强势企业文化 7-245

答: 强势企业文化指与其他企业文化相比具有明显比较优势的企业文化。

四、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

36. 简述企业物质文化基础要素的基本内容。2-60

答: 基础要素包含了两个方面的内容:

- (1) 作为企业名称、企业标志、企业标准字、企业标准色, 以及企业吉祥物载体的物质形态;
- (2) 通过上述物质形态体现出来的精神形态。

37. 如何进行产品包装的文化经营? 5-181

答: (1) 包装必须能够体现企业文化和产品特征。

(2) 包装必须符合目标市场顾客的文化需求。

38. 如何培养企业的个性意识? 6-218

答: 一、自觉提炼个性意识

1、坚持个性特色的客观基础。

2、主动自觉提炼个性意识。

二、融入企业伦理精神

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

企业文化的个性意识必须融入伦理精神,与企业的责任意识结合起来。我们知道,个性意识可能是符合伦理精神、与责任意识相结合的个性意识,也可能是不符合伦理精神、与责任意识相分离的个性意识。

39. 强势企业文化的基础建设应包含哪些方面的内容? 7-245

答: (1) 建设优质文化

(2) 创建优质企业

(3) 推广企业形象

40. 简述情景管理和科学管理的相互关系。 8-288

答: (1) 情景管理与科学管理是两种截然不同的管理

(2) 情景管理与科学管理是两种相互补充的管理

(3) 情景管理与科学管理的有机融合

五、论述题(本题 10 分)

41. 论述如何将企业文化有效运用于企业内部公关,以形成良好的企业团队。 9-309

答: (1) 收集企业内部关系的信息,包含以下几个方面内容:企业人员状况、企业评价状况、人际关系信息、企业员工期望;

(2) 制定企业内部文化公关方案,一旦有了经过处理的企业内部关系信息,便有了制定企业内部文化公关方案的客观依据,接着便应该着手制定企业内部文化公关方案。

(3) 实施企业内部文化公关方案,实施企业内部文化公关方案,属于企业内部文化公关活动本身,因而是企业内部文化公关的关键步骤。鉴于企业内部文化公关方案的制定,既可以从广义理解的企业公关主体出发,也可以从狭义理解的企业公关主体出发。所以,企业内部文化公关方案的实施,同样既可以立足于广义理解的企业公关主体,也可以立足于狭义理解的企业公关主体。

(4) 评估企业内部文化公关活动,评估企业内部文化公关活动,是企业内部文化公关活动“一次性循环”的最后一个环节,也是判定企业内部文化公关活动是否有效的重要环节。评估企业内部文化公关活动,就是根据企业内部文化公关的目标,制定一堂具体的标准,并依据这些标准对于企业内部文化公关活动方案的实施情况以及实际效果进行衡量、检查和评价,判断其优劣,检验是否达到了企业内部文化公关初始目标的活动过程。

六、案例分析题(本题 10 分) 3-86

42. 运用“企业文化评价”的相关知识,对照分析案例材料,回答下列问题。

2005年2月23日,国家质量监督检验检疫总局发出紧急通知,在全国展开对含有苏丹红食品的抽查行动。当天H公司等涉嫌企业发表声明,声称在中国的产品没有受到影响。然而到了3月4日,北京首先检出H公司某品牌辣椒酱含有“苏丹红一号”,次日广州又检出大批H公司涉嫌食品,此时H公司迅速展开产品召回行动,但其以邮寄回收至总部的相当繁琐。

H 公司自 1980 年代在中国成立营养科学研究所以来, 不断宣扬其企业文化, 做了一系列品牌推广活动, 在中国消费者心中树立了营养、健康、科学、美味的形象。但 H 公司在中国的“苏丹红事件”中的表现为何如此低调?这不仅让媒体和消费者不满, 也让许多一向视这些公司为管理楷模的研究人员颇为不解。

企业文化是通过企业和企业人的行为表现出来的。在某些企业文化研究者看来, 这些企业的价值观尽管完成了漂亮的起飞阶段, 但没有完美落地。所谓价值观的落地, 就是企业文化的价值观通过一系列手段内化为企业的行为和习惯, 形成一种特定的氛围, 即使不必通过规章制度也同样约束员工的行为。H 公司对于苏丹红事件所做出的反应与他们所宣扬的企业文化价值观是不一致的, 可见他们的企业文化价值观没有实现完美落地。在公关传播中, 品牌的塑造是通过美誉度与知名度所构成的坐标达成的。当某一品牌已具备很高的知名度, 其美誉度的维护就显得至关重要。如果企业文化价值观没有落地, 在风云难测的社会经济环境中, 知名度越高, 越容易身败名裂。

问题 1: 从本案例可以看出企业文化评价的重点是什么?

答: 从本质上说, 如果一个企业的企业文化能够以人为本, 那就应该是优质的企业文化; 如果一个企业的企业文化不能以人为本, 那就不应该是优质的企业文化。

问题 2: 案例中的企业在处理“苏丹红事件”中的做法给企业文化带来哪些损害?

答: 降低企业的美誉度, 毁坏企业建立起来的良好形象。

问题 3: 本案例对于建设优质企业价值观带来哪些启示? 3-111

答: (1) 坚持以人为目的与以人为手段的统一

(2) 坚持经济发展与伦理建设的统一

(3) 坚持共性原则与个性原则的统一

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!