**北京大学2007年企业形象与策划考博真题**

　**一、名词解释(每题5分，共30分)**

　　1.企业文化

　　2.VIS

　　3.简单随机抽样

　　4.企业标志

　　5.企业理念

　　6.企业制度

　**二、简答题(每题5分，共40分)**

　　1.简述良好企业形象的作用。

　　2.简述CIS在美国兴起的原因。

　　3.简述战略规划的主要步骤。

　　4.简述MIS的推行中常用的几种方法。

　　5.简述建立行为识别系统要遵循的原则。

　　6.企业识别系统的构成和可达到的目的?

　　7.美国CIS模式有何特点?

　　8.领导行为包括哪些方面?

**三、论述题(每题6分，共30分)**

　　1.请谈谈从整体上看中国在引入CIS方面存在哪些问题，你认为要建设有中国特色的CIS应遵循什么原则?

　　2.谈谈如何进行CI手册的设计，应遵循哪些原则。

　　3.论述CIS的功能，并且联系实际说明企业为什么要在其经营管理中导入CIS.

　　4.论述CIS在中国兴起的必要性和必然性，指出日前我国企业在导入CIS过程中存在的问题及中国应采取的应对措施。

　　5.CIS与企业文化的区别和联系

**答案：**

　**一、名词解释**

　　1.企业文化

　　是指企业等经济实体在生产经营中，伴随着自身的经济繁荣而逐步形成和确立并深深植根于企业每一个成员头脑中的独特的精神成果和思想观念，是企业的精神文化。

　　2.VIS

　　即企业视觉识别系统，是由体现企业理念和业务性质、行为特点的各种视觉设计符号及其各种应用因素所构成。

　　3.简单随机抽样

　　指在总体单位中不进行任何分组、排序等，采用纯偶然的方法从总体中抽取样本。

　　4.企业标志

　　是指代表企业特征、个性和形象的特定造型、图案、符号、色彩或其他设计，是企业的代表和象征，借此人们可识别、区别企业。

　　5.企业理念

　　指企业的指导思想或经营哲学，是企业倡导并形成特有的经营宗旨、经营方针、企业价值观和企业精神的总称，是企业形象的核心内容。它规范制约着企业及其员工的日常行为，对企业的生产经营发展起着导向和指导作用。

　　6.企业制度

　　是建立在企业理念基础上的，企业的管理者和一般员工都应遵守的各项规定、准则及行为规范，是企业理念得以贯穿的必要手段，是所有员工的行为规范化、制度化和系统化的保证，也是企业得以顺利而有效运营的基础。

　**二、简答题**

　　1.简述良好企业形象的作用。

　　(一)在内部管理方面的作用

　　(1)有利于企业文化的建设;

　　(2)有利于增强企业的实力;

　　(3)有利于企业多角化、集团化、国际化经营。

　　(二)在外部经营方面的作用：

　　(1)有利于企业生产经营资源的增长;

　　(2)有利于获得消费者的认同，扩大产品销售能力;

　　(3)有利于企业公共关系的处理。

　　2.简述CIS在美国兴起的原因。

　　(1)企业多角化、集团化、国际化经营的需要;

　　(2)车辆文化的社会背景;

　　(3)为了提高广告感染力和冲击力;

　　(4)工业设计学的兴起。

　　3.简述战略规划的主要步骤。

　　(1)环境分析;

　　(2)相对优势分析;

　　(3)制定战略;

　　(4)评估、选择战略方案;

　　(5)方案实施及其实施效果评估。

　　4.简述MIS的推行中常用的几种方法。

　　(1)重复加强;

　　(2)阐述体会和认识;

　　(3)环境物化;

　　(4)仪式、游戏等活动;

　　(5)树立模范。

　　5.简述建立行为识别系统要遵循的原则。

　　(1)以理念为导向;

　　(2)以市场为中心;

　　(3)以效率为目标;

　　(4)以统一为特征;

　　(5)以创新为工具。

　　6.企业识别系统的构成和可达到的目的?

　　企业识别系统是为树立企业形象服务的，是企业形象塑造的有效工具和手段。它主要由企业理念识别系统(MIS)、企业行为识别系统(BIS)和企业视觉识别系统(VIS)三部分内容构成。其中理念识别系统作为企业识别的灵魂，统摄着行为识别系统和视觉识别系统。

　　运用企业识别系统塑造企业形象可以达到两个目的：第一，由此建立的企业形象是其自身独有的，是可以识别的;第二，企业形象中的各种要素形象是协调统一的，是完整的有机整体。

　　7.美国CIS模式有何特点?

　　在美国，其民族文化具有移民文化的特征，整个社会崇尚个人主义、自由主义和实用主义。在这种文化下的CIS具有鲜明的美国特色和美国风格。

　　(1)美国的CIS主要是对公司形象加以包装的宣传战略。

　　(2)美国的CIS偏重于企业理性管理制度的建设上。

　　(3)美国的CIS具有便于操作的优势。

　　8.领导行为包括哪些方面?

　　领导行为是企业行为识别系统的有机组成部分。另一方面，领导行为的科学与否在很大程度上决定着BIS是否能得到长度贯彻执行。

　　1)领导者素质：企业领导者有十大素质：

　　(1)合作精神：愿意与他人共事，能赢得别人的合作，不以权压人，而是以理服人，让人感到信服和佩服。

　　(2)决策才能。能根据客观实际情况而不是凭主观想象作出决策，具有高瞻远瞩的能力。

　　(3)组织能力。善于发掘下级能力与才智，善于组织人力、物力与财力。

　　(4)恰当地授权。能提纲挈领抓住大事，而把小事分散给下级去处理。

　　(5)善于应变，不墨守成规。

　　(6)勇于负责。对国家、职工、消费者及整个社会很高的责任心。

　　(7)敢于创新。对新事物、新环境、新技术、新观念，都有敏锐的感受力和接受力。

　　(8)敢于冒险。敢于承担风险并乐于在挑战面前进行各种大胆的尝试。

　　(9)尊重他人。能虚心听取别人的意见并接受其合理观点，不妄自尊大，能器重下级。

　　(10)品德超人。其人品言行为众人所景仰。

　　2)领导作风：(1)专制作风;(2)民主作风;(3)放任自流作风。

　　3)领导的艺术：(1)待人的艺术;(2)办事的艺术;(3)管理时间的艺术。

**三、论述题**

　　1.请谈谈从整体上看中国在引入CIS方面存在哪些问题，你认为要建设有中国特色的CIS应遵循什么原则?

　　(一)存在的问题：

　　(1)部分拥有专营权的国有企业缺乏CIS意识;

　　(2)企业不能整体引进CIS，往往顾此失彼;

　　(3)我国的部分外贸公司没有竞争意识，缺乏优良的企业形象和名牌产品;

　　(4)我国的部分上市公司不重视形象设计;

　　(5)我国大多数流通企业对CIS认识肤浅;

　　(6)我国的旅游业、餐饮连锁业也忽视塑造自己的形象;

　　(7)一些企业在进行企业形象策划时，缺乏个性，缺乏差别性。

　　(二)应遵循的思路：

　　(1)我国的企业形象设计应当以人为本，以人带物;

　　(2)我国的企业形象设计重在建设企业理念;

　　(3)CIS实施应重在企业管理。

　　2.谈谈如何进行CI手册的设计，应遵循哪些原则。

　　(一)CIS手册设计的程序：

　　(1)对目前企业所使用的形象传播手段进行市场调查和效果测试;

　　(2)在调查基础上，企业应确定各种基本要素及其禁例;

　　(3)根据各种不同功能的媒体的需要以及企业自身的特点，确定视觉识别的应用要素，制作规范的指导，具体运用的原则与方法;

　　(4)做出对各种要素的必要解释，制定出基本要素的样本;

　　(5)提出对要素使用的具体规定。

　　(二)设计的原则：

　　(1)CI手册的设计要传达企业的理念;

　　(2)CI手册中的各种要素设计风格一致;

　　(3)可操作性;

　　(4)系统性。

　　3.论述CIS的功能，并且联系实际说明企业为什么要在其经营管理中导入CIS.

　　(1)内部功能：①凝聚功能：是企业从事一切生产经营活动的保证;a吸引人才，提高生产力;b激励士气，提高工作效率;c目标一致，树立团队精神;②规范功能：CI手册，规范手册，完善企业的内部管理系统，简化作业流程、提高工作效率;③整合功能：建立客观的约束机制，使各个子公司各部管理协调配合，充分利用资源达到1+1>2的效果。

　　(2)外部功能：①传播功能：a有效的传播;b经济、便捷地传播;②识别功能：独特性、统一性，良好的企业形象，为了消费者的识别(语言、图像、色彩方面);③感召功能：a容易筹集资金;b能增强投资者的好感和信心，缓解危机;c能扩展企业的供销渠道;d能吸引更多的优秀人才;e会得到社会各阶层人士的支持。

　　4.论述CIS在中国兴起的必要性和必然性，指出日前我国企业在导入CIS过程中存在的问题及中国应采取的应对措施。

　　(1)必然性：

　　①适应经济发展的需要;

　　②消费者识别的需要;

　　③居民消费行为的变化;

　　④我国面临着加入世贸组织的挑战;

　　⑤我国企业处于经营体制改革的重大历史时期。

　　(2)问题：

　　①部分拥有专营权的国有企业缺乏CIS意识;

　　②企业不能整体引进CIS，往往顾此失彼;

　　③我国的部分外贸公司没有竞争意识，缺乏优良的企业形象和名牌产品;

　　④我国的部分上市公司不重视形象设计;

　　⑤我国大多流通企业对CIS认识肤浅;

　　⑥我国的旅游业、餐饮连锁业也忽视塑造自己的形象;

　　⑦一些企业在进行企业形象策划时，缺乏个性，缺乏差异性。

　　(3)措施：

　　①我国的企业形象设计应当以人为本，以人带物;

　　②我国的企业形象设计重在建设企业理念;

　　③CIS实施应重在企业管理。

　　5.CIS与企业文化的区别和联系

　　(1)CIS与企业文化相比，前者的范围更为广泛，内容更为丰富，后者是前者的核心内容之一，对前者整体效能的发挥有着重要的辅助作用。

　　(2)企业文化的作用，对企业内部而，是提高企业凝聚力的重要手段，它以企业精神为核心，把企业成员的思想和行为引导到企业所确定的发展目标上来，又通过企业所形成的价值观念、行为准则、道德规范等，以文字的形式或约定俗成的社会心理形式，对企业成员的思想、行为施以影响、控制。价值观念为员工提供一致的方向及日常行为的准则。

　　(3)企业文化对企业外界环境的作用，则是利于塑造企业形象，企业通过其各种渠道输出产品、服务、公关、广告等时，同时也传播着企业文化，在公众心目中形成印象。

　　(4)企业文化热的兴起，使企业管理学进入一个新的水平，也使CIS理论趋于完善，各种视觉识别不再是无源之水、无本之木，而是根植于企业文化深厚的土壤中，成为企业文化强大驱动力集中的表现。