

《企业文化》复习题（开放专科）

第一篇：《企业文化》复习题(开放专科)

《企业文化》期末复习题

本学期《企业文化》期末考试形式为闭卷笔试。《企业文化》期末考试题型有填空题、名词解释题、简答题、论述题。有关期末复习范围为形成性考核作业。有关期末复习综合练习如下。

一、填空 1、1980 年，（比尔.安伯）在《哈佛商务评论》上发表了《在经济衰退中进行管理》一文，初步奠定了企业文化理论的基础。

2、沃特曼于 1987 年在《创新经营》一书中提出了以人的能力为核心的 7C 模式：即（战略）、（结构）、（制度）、（人员）、（作风）、（技能）、（最高目标）。

3、最早将文化这个概念用于企业管理、研究企业价值观念以及社会文化传统等对企业管理的影响，是美国著名管理学家（切斯特.巴纳德）和（菲尼普.塞尔茨尼克）。

4、美籍日裔学者（威廉.大内）在《Z 理论—美国企业如何迎接日本的挑战》一书中分析了企业管理与文化的关系。

5、企业文化作为一个完整的体系，其内容包括四个部分，即（企业整体价值观念）、（企业精神）、（企业伦理道德规范）、（企业风貌与形象）。

6、企业文化从发育状态上分为（成长型企业文化）、（成熟型企业文化）和（衰退型企业文化）三类。

7、企业文化从内容特质上可以分为（目标型企业文化）、（竞争型企业文化）、（创新型企业文化）和务实型企业文化、团队型企业文化、传统型企业文化六类。

8、拜昂认为团体感情状态的几种基本假设是（依属性假设）、（攻击—逃避型假设）和（配对型假设）。

9、从团队的角度来划分焦虑类型，可以分为（基本存在的焦虑）、（与工作相关的次生性焦虑）和（深层焦虑）。

10、企业价值观若从纵向系统考察，可以分为三个层次，即（员

工个人价值观）、（群体价值观）和（整体价值观）。

11、企业精神的内涵包括以下几个基本点，即（主体内容）、（形态特征）、（载体基础）和（发展机理）。

12、企业精神的塑造包括以下几个阶段，即（企业精神的确认阶段）、（企业精神的倡导阶段）和（企业精神的深化阶段）。

13、企业伦理道德的基本内容包括（企业主体的品德）、（企业的服务行为）、（企业经营的客体）和（企业的人际关系）。

14、塑造企业形象应该遵循的原则有（个性化原则）、（整体性原则）和（战略性原则）。

15、企业文化冲突有多种表现形式，主要体现在主文化与（亚文化）的冲突、群体文化与（个体文化）-的冲突上。

16、（企业文化传播）-是企业文化整合的前提条件，（企业文化冲突）是企业文化整合的直接条件。

17、业守业文化是指公司进入（稳态）发展时期的公司文化。

18、（企业价值革命）是企业最深层的文化变革，它可能是局部的也可能是整体的。

19、儒商具有三层含义，即（守信与重义）、（仁爱与竞争）和（修身与报国）。20、德国的企业文化观最早源于1914年（R.戴维策）的《经营科学》，改善提出了“人本位”的经营理念。

21、日本的政治制度和以大和传统为基础，兼容并包的文化，对日本企业文化产生了深刻的影响，从而形成了以（以“和”为主、终身雇佣制、年功序列工资制）和企业工会制度为支柱的日本企业文化。

二、名词解释

1、企业文化：是指企业全体员工在长期的创业和发展过程中培育形成并共同遵守的最高目标、核心价值和行为规范等。

2、文化模式：是指一种文化的成员所普遍接受且长期存在的一种文化结构，包括生活方式、劳动习惯以及政治和经济结构等。

3、企业价值观：是指为企业领导者和全体员工对企业的生产经营活动和企业人的行为是否有价值以及价值大小的总的看法和根本观点

4、企业形象：是指企业内外对企业的整体感觉、印象和认知，是企业状况在公众心目中的综合反映，包括公众印象、公众态度和公众舆论三个层面。

5、企业文化积累：是指企业文化特质的保存以及企业文化不断增长的发展过程。

6、企业文化传播：是指企业文化特质从一个群体或个体扩散到另一个群体或个体的过程。

7、企业文化冲突：是企业文化发展过程中不同特质的文化在相互接触、交流时所产生的撞击、对抗和竞争。

8、企业文化整合：企业内部具有的不同特质的文化通过相互接触、交流进而相互吸收、渗透融为一体的过程。

9、企业文化变革：企业文化变革是有企业文化特质改变所引起的企业文化整体结构的变化。

10、经济环境：是指在一定的生产方式下，社会生产力和经济发展水平以及由此决定的人们的消费水平、消费结构和消费方式等。

11、儒商：是具有较高文化道德素养和经营才干的商人，是“儒”与“商”的有机结合，是智慧与道德的交融，是将做人之道与经营之道完美统一的化身，即具有中国传统人文美德与现代化的管理意识的商人。

三、简答题

1、简述企业文化作为一种微观文化现象所具有的特征。

答：

1、企业文化是客观存在的，是不以人的意志为转移的。

2.企业文化是社会文化的一种亚文化，是社会政治、经济、文化的综合作用下产生并发展的。

3.企业文化现象的产生和发展是与企业生产、经营活动相适应的，它有自身的运动规律。

4.企业文化现象作为一种客观存在，在其发展过程中，具有积极与消极之分

2、简述企业文化的本质特征。

答：1）精神性特征（2）习惯性特征（3）稳定性特征（4）同化性特征（5）可塑性特征

3、简述企业文化的从属特征。

答：1.无形性与有形性相统一

2.抽象性与具体性相统一 3.观念性与实践性相统一 4.超前性与滞后性相统一 5.吸收性与排他性相统一 6.经济性与社会性相统一

4、简述企业文化的基本功能。

答：1）凝聚功能；2）导向功能；3）激励功能；4）约束功能；5）协调功能；6）维系功能；7）教化功能；8）优化功能；9）增誉功能

5□□□□□□□□“X 理论”。

答：1.人生来就是懒惰的，只要有可能就会逃避工作

2.由于人生来就不喜欢工作，对绝大多数人必须加以强迫、控制、指挥，以惩罚相威胁，使他们为实现组织目标而付出适当的努力。3.人生来就以自我为中心，漠视组织的需要

4.人习惯于守旧，反对变革，把个人安全看得高于一切 5.只有极少数人，才具有解决组织问题所需要的想象力和创造力 6.人缺乏理性，容易受外界或他人的影响，作出一些不适宜的行为。

6、简述团体发展的阶段。

答：1.依属与权力 2.亲密性、角色差异和同伴关系 3.创造性与稳定性 4.生存与发展

7、简述企业价值观在企业文化中的地位与作用。

答：1.企业价值观为企业的生存与发展确立了精神支柱。

2.企业价值观决定了企业的基本特征。

3.企业价值观对企业及其员工行为起到导向和规范作用。4.企业价值观能提高企业凝聚力，激励企业员工释放潜能。

8、简述非正式群体的特点。

答：1.整体性

2.目的性 3.非强制性 4.有条件性

9、简述企业价值观的构成。

答：1.经济价值取向

2.社会价值取向 3.伦理价值取向 4.政治价值取向

10、如何培养企业的价值观。

答：1从企业实践中总结升华企业价值观。2 坚持在继承的基础上创新。3 用有特色的语言表述。4 企业价值观体系的形成要得到员工的认可。

11、简述企业精神的特点。

答：1 企业精神是一种个性精神。2 企业精神是一种团队精神。3 企业精神是企业的主导意识之一。4 企业精神具有实践性。5 企业精神具有稳定性。

12、简述企业伦理道德的特征。

答：1 企业伦理道德与社会伦理道德具有一致性。2 企业伦理道德与规章制度紧密相连。3 企业伦理道德具有稳定性和连续性。

13、简述企业形象的特征。

答：1.企业形象具有整体性

2.企业形象具有对象性 3.企业形象具有效用性

4.企业形象具有相对稳定性和可变性

14、简述塑造企业形象的途径。

答：1 树立先进的经营理念，为塑造企业形象提供精神支柱。2 建设积极的企业文化，为塑造企业形象奠定基础。3 实施 CI 战略，为塑造企业形象提供科学的方法与手段。

15、简述如何建设新型的企业伦理道德。

答：1 发掘企业优秀伦理道德观念和习俗，确立正确的道德规范。2 把企业伦理道德建设和提高员工素质结合起来。3 坚持个人示范和集体影响相结合。4 企业伦理道德建设和管理制度改革相结合。5 企业伦理道德建设和规章制度相结合。

16、简述企业形象的作用。

答：1.良好的企业形象可以创造出消费信心。

2.良好的企业形象可以增强企业的筹资能力。3.良好的企业形象有利于企业广交合作伙伴。

4.良好的企业形象可以使企业得到社会公众的广泛支持。5.良好的企业形象可以增强企业的经济实力。6.良好的企业形象可以增强企业的凝聚力。7.良好的企业形象有利于企业广招贤才。

17、简述企业文化外传播的主要通道。

答：1.成熟、成型企业文化的主动输出传播

2.成熟、成型企业文化的示范传播

3.企业文化行为主体的攀比、模仿有时也会成为企业文化传播的通道

18、企业价值革命主要涉及哪些方面？

答：企业价值观的变革。2 管理哲学与管理思想变革。3 企业经营思想变革。

19、简述企业文化整合的层次。

答：1 企业文化对某一种新生的或外来的企业文化特质加以同化。2 在企业文化共同体内，对创造的或引进的一组企业文化特质进行重组、重造，以形成企业某一方面文化的综合。3 一种企业文化风格、规范趋于完美、成熟后，开始通过社会各种渠道进行传播和扩散。4 企业文化共同体伴随着企业革命、企业管理革命，对企业文化特质进行较为彻底的吐故纳新，进行多方位的整治和新的融合。5 伴随着企业文化共同体内发生的剧烈的文化冲突，酿成企业文化危机，最后由企业文化革命来收拾残局。20、简述美国文化的特征

答

1、个人主义

2、冒险、开拓和创新精神

3、自由平等精神

4、实用精神

5、物质主义

21、简述美国企业文化的特征。

答：强调制度化；讲究效率，强调科学性；强调明确性；重视物的因素；强烈的进取精神；

22、简述日本文化的特征。

答：1 名族昌盛愿望 2 学习精神 3 忠诚精神 4 “家族”意识和团队精神。5 和谐一致精神。

23、简述日本企业文化的特征。

答：强调集权式管理；强调企业的社会责任；重视运用社会精神力量形成共识，服从共同目标；在组织内部形成家庭式的亲和力；注意企业内部各部门之间的关系，产生相对平等的分配方式；相对西方管理的明确性，东方管理更强调淡化冲突，协调一致；

24、简述欧洲国家文化的特征

答 1 追求精神自由 2 人文主义 3 强调理性与科学 4 追求民主精神

25、简述欧洲国家企业文化的特征。

答：1 强调理性主义和创新、竞争精神 2 重视员工的“参与管理”。

26、企业家精神包括哪些具体内容？

答：

1、创新精神

2、开拓精神

3、进取精神

4、实效精神

5、宽容精神

6、竞争精神

7、奉献精神

27、建设企业文化应遵循的原则有哪些？

答：目标原则；共识原则；一体原则；卓越原则；绩效原则；亲密原则

28、建设企业文化的基本程序包括哪几个步骤？

答：1 调查研究 2 定格设计 3 实践巩固 4 完善提高。

29、企业文化的保证体系包括哪些内容？

答：1 企业文化的物质保证 2 福利工程建设 3 文化设施工程建设。

30、中国企业文化的现实特点有哪些？

答：1 民主意识与家长制观念并存 2 个性发展意识与大一统观念并存 3 创新、竞争和冒险精神与中庸之道并存 4 改革开放意识与封闭保

守意识并存 5 法制观念与人治传统并存 6 现代时效观与消极无为作风并存 7 现代经济利益观与重义轻利或重利轻义观并存 8 实践意识与重言轻实旧习并存 9 现代人才观与片面的重得轻才观并存 10 企业家精神与重仕轻商观并存。

31、中国特色企业文化目标模式的文化背景与价值源泉是什么？

答：1 时代精神 2 名族文化传统 3 企业优良传统 4 社会主义精神文明 5 国外企业文化精华。

32、中国特色企业文化目标模式的内容是什么？

答：1 人本文化 2 团队文化 3 创新文化 4 竞争文化 5 求实文化。

33、如何选择企业文化变革的时机？

答：1 企业进入快速增长期 2 企业经营业绩平平或陷入困境 3 企业管理掣肘增多效率低下 4 企业面临的科学技术环境迅猛发展 5 企业面对的市场环境发生巨大变化。

34、理念识别系统的主要内容和功能是什么？

答：1 理念识别系统的主要内容 2 理念识别系统设计的要素 3 理念识别系统的功能。

四、论述题

试述中国企业文化的现实特点及分析中国企业文化现实特点的意义。

当一个企业的企业文化严重不适应形势的发展时，如何通过价值革命重建一种健康的企业文化？

“杉杉”的品牌文化与文化营销

我国是一个纺织服装的大国，但多年来，大多数服装企业都停留在小作坊生产阶段，服装行业几乎没有名牌，产品的附加值也很低，所以大多数企业都很难得到充分的发展。在 20 世纪 80 年代，浙江省宁波市的甬港服装厂也陷入了这样的困境。

1989 年，宁波甬港服装厂率先迈出了第一步，在服装行业首先推行品牌化战略，并打出了要创名牌的旗帜。1992 年，宁波雨港服装厂与中国服装研究设计中心，上海市第一百货商店股份有限公司等五家单位共同发起采用定向募集方式成立杉杉集团股份有限公司，并全力

在全国市场推出“杉杉”品牌。

为了实施自己的名牌战略，杉杉集团把导入企业的形象系统（Corporation Identity System, 简称 CI）作为第一步。1994 年初，该集团的决策层决定请台湾的艾肯形象策划公司为其导入 CI，并斥资 200 万元用来作为品牌的宣传费用。经过三个多月的筹划，于同年 6 月 28 日正式向社会发布 CI 实施计划，并举行盛大的杉杉集团 CI 发布会，正式启用杉杉新标志。从即日起，该公司在电视、报纸、杂志、户外广告等多种媒体和广告形式上发布“杉杉”的新标志。企业精神用语等。

为了进一步向公众表明自己企业的理念和价值观是为了“绿化事业”，杉杉集团继而又推出了以“绿化”为主题的大型公益活动。

该集团分别在北京、上海、苏州、杭州、南京、合肥、武汉、青岛、西安、南昌等城市同时推出了“让大地披上绿装”的宣传活动。

在举行“让大地披上绿装”宣传活动的同时，还开展了“绿叶深情”万人签名活动。除此之外，该集团还分别向宁波大学，中央音乐学院捐资 50 万元和 200 万元以资助教育事业的发展。

无疑，这些活动的相继开展极大地提高了“杉杉”集团的美誉度和企业形象。经过为期 3 年的努力，“杉杉”这一品牌终于风靡大江南北，成为家喻户晓的知名品牌。1995 年，该公司已跃居我国生产和销售西装及其系列服装的第二名，并被中国纺织总会，中国服装工业总公司评为“中国服装工业八强”之一。

虽然杉杉集团的主导品牌—杉杉西装已在全国市场上取得了巨大的成功，但该公司并不满足现有的成绩。公司的决策层们仍有一种危机感，他们意识到只有实施多品牌战略才能分散经营风险，才能在激烈竞争的市场上立于不败之地。为此，该集团又陆续开发出“大众”品牌，“法诗涵”品牌的高级男女时装以及合资的“麦斯奇”品牌。

实行名牌化战略并不是公司的最终目的，只有市场上占主导份额才是公司经营发展之本。靠什么来进行营销呢？

杉杉集团首先确定了以优质服务来推进营销的理念。在集团的统一布置下，各地销售分公司同时开展优质服务活动，并提出以“服务

赖，也为公司争取了大量的订单。与此同时，该集团还着手营销渠道的建设，在全国建立了 20 多家销售分公司，从业人员达到了 2000 多人，从而真正地铺开了自己的销售网络。

为了实施优质服务战略，杉杉集团陆续推出了“限量生产”、“名牌进名店”、“专卖连锁”等系列营销分策略，这有力地促进了市场开拓。在开拓市场营销过程中，杉杉集团始终把企业的理念——美化人类环境，作为文化动力，把保护环境，美化生活作为企业长期的使命和责任。

为了继续提高品牌的知名度，铺开营销网络，杉杉集团在全国各大城市开设了 1600 个专卖店、专卖厅，在北京、上海、天津、武汉、南京等大型城市最高档的商业区和场所开设了 20 多家“法诗涵”高级女装专卖店、专卖厅。另外，与意大利合资的“麦斯奇”系列女装专卖店也开设了 11 家。这些活动为营造高档服装文化新潮流奠定了坚实的基础。为了开拓县级以下中小城镇市场，杉杉集团还大力发展了加盟连锁店和风险承包等营销新形式。

为了提高企业的竞争力，杉杉集团继续深化企业形象系统工程。同时，还推行了“两手抓”：一手抓外部品牌和企业形象建设，一手抓内部的文化管理。在企业内部，制定了《杉杉集团员工手册》，按企业形象系统工程的要求来规范员工的行为。通过实施《员工手册》，一方面提高了企业内部的管理，另一方面也极大提高了企业员工的主人翁精神、塑造了共同的价值观。

为了加强“杉杉”企业文化建设，集团在全体员工中开展“立马沧海、挑战未来”的企业理念宣传，并围绕“我爱杉杉”这一主题举办诸如演讲赛、歌舞会等各种形式的文化活动，这一方面沟通了全体企业人的情感，另一方面又激发了每位员工的斗志、增强了企业的凝聚力。思考题：

1. 杉杉集团为什么要实行品牌化战略？

2. 从本文中，你能说出“杉杉”的品牌文化吗？它与杉杉集团的企业价值观有何关系？

杉杉集团为什么提出“以服务带销售”的口号？能否把这种“优质服务”看作“杉杉产品”的一部分？

5114 《企业文化》复习题(开放专科)

《企业文化》期末复习题

一、填空 1、1980 年，（比尔·安伯纳西）在《哈佛商务评论》上发表了《在经济衰退中进行管理》一文，初步奠定了企业文化理论的基础。

2、沃特曼于 1987 年在《创新经营》一书中提出了以人的能力为核心的 7C 模式：即（战略）、（结构）、（制度）、（人员）、（作风）、（技能）、（最高目标）。

3、最早将文化这个概念用于企业管理、研究企业价值观念以及社会文化传统等对企业管理的影响，是美国著名管理学家（切斯特·巴纳德）和（菲尼普·塞尔茨尼克）。

4、美籍日裔学者（威廉·大内）在《Z 理论—美国企业如何迎接日本的挑战》一书中分析了企业管理与文化的关系。

5、企业文化作为一个完整的体系，其内容包括四个部分，即（企业整体价值观念、企业精神、企业伦理道德规范、企业风貌与形象）。

6、企业文化从发育状态上分为（成长型企业文化、成熟型企业文化、衰退型企业文化）三类。

7、企业文化从内容特质上可以分为（目标型企业文化、竞争型企业文化、创新型企业文化）和务实型企业文化、团队型企业文化、传统型企业文化六类。

8、拜昂认为团体感情状态的几种基本假设是（依属性假设、攻击—逃避型假设、配对型假设）。

9、从团队的角度来划分焦虑类型，可以分为（基本存在的焦虑、与工作相关的次生 1 性焦虑、深层焦虑）。

10、企业价值观若从纵向系统考察，可以分为三个层次，即（员工个人价值观、群体价值观、整体价值观）。

11、企业精神的内涵包括以下几个基本点，即（主体内容、形态特征、载体基础、发展机理）。

、企业精神的塑造包括以下几个阶段，即（企业精神的确认阶段、企业精神的倡导阶段、企业精神的深化阶段）。

13、企业伦理道德的基本内容包括（企业主体的品德、企业的服务行为、企业经营的客体和企业的人际关系）。

14、塑造企业形象应该遵循的原则有（个性化原则 整体性原则 战略性原则）。

15、企业文化冲突有多种表现形式，主要体现在主文化与（亚文化）的冲突、群体文化与（个体文化）-的冲突上。

16、（企业文化传播）-是企业文化整合的前提条件，（企业文化冲突）是企业文化整合的直接条件。

17、业守业文化是指公司进入（稳态）发展时期的公司文化。

18、（企业价值革命）是企业最深层的文化变革，它可能是局部的也可能是整体的。

19、儒商具有三层含义，即（守信与重义、仁爱与竞争、修身与报国）。

20、德国的企业文化观最早源于1914年（R.戴维策）的《经营科学》，改善提出了“人本位”的经营理念。

21、日本的政治制度和以大和传统为基础，兼容并包的文化，对日本企业文化产生了深刻的影响，从而形成了以（以“和”为主）、（终身雇佣制）、（年功序列工资制）和企业工会制度为支柱的日本企业文化。

二、名词解释

1、企业文化：指在一定的社会大文化环境影响下，经过企业领导者的倡导和全体员工的认同与实践所形成的整体价值观念、信仰追求、道德规范、行为准则、经营特色、管理风格以及传统和习惯的总和。

2、文化模式：指一种文化的成员所普遍接受且长期存在的一种文化结构，包括生活方式、劳动习惯以及政治和经济结构等。

3、企业价值观：企业领导者和全体员工对企业的生产经营获得和企业人的行为是否有价值以及价值大小的总的看法和根本观点。

4、企业形象：企业形象是一个企业的物质形态、经营管理行为和

社会公众对企业整体的认识和评价

5、企业文化积累：企业文化积累是指企业文化特质的保存以及企业文化新特质不断增长的发展过程。

6、企业文化传播企业文化传播企业文化特质从一个群体或个体，扩散到另一个群体或个体的过程。

7、企业文化冲突：是指企业文化发展过程中不同特质的文化在相互接触、交流时所产生的撞击、对抗和竞争。

8、企业文化整合：是指企业内部具有的不同特质的文化通过相互接触、交流进而相互吸收、渗透融为一体的过程。

9、企业文化变革：企业文化变革是有企业文化特质改变所引起的企业文化整体结构的变化。

10、经济环境：是指在一定的生产方式下，社会生产力和经济发展的水平以及由此决定的人们的消费水平、消费结构和消费方式等。

11、儒商：是具有较高文化道德素养和经营才干的商人，是“儒”和“商”的有机结合，是智慧与道德的交融，是将做人之道与经营之道完美统一的化身，即具有中国传统人文美德与现代化的管理意识的商人。

三、简答题 1.简述企业文化作为一种微观文化现象所具有的特征。

答：1.企业文化是客观存在的，是不以人的意志为转移的。

2.企业文化是社会文化的一种亚文化，是社会政治、经济、文化的综合作用下产生并发展的。

3.企业文化现象的产生和发展是与企业生产、经营活动相适应的，它有自身的运动规律。4.企业文化现象作为一种客观存在，在其发展过程中，具有积极与消极之分。

2.简述企业文化的本质特征。

答：1.个性 2.共识性 3.非强制性 4.相对稳定性。

3.简述企业文化的从属特征。

答：1.无形性与有形性相统一 2.抽象性与具体性相统一

3.观念性与实践性相统一 4.超前性与滞后性相统一 5.吸收性与排

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/277062013004010013>