

试卷代号:11476

座位号

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

企业文化管理 试题

2024年7月

注意事项:

1. 将你的学号、姓名及考点名称填写在试题和答题纸的规定栏内。考试结束后,把试题和答题纸放在桌上。试题和答题纸均不得带出考场。待监考人员收完试题和答题纸后方可离开考场。
2. 仔细阅读题目的说明,并按题目要求答题。所有答案必须写在答题纸的指定位置上,写在试题上的答案无效。
3. 用蓝、黑圆珠笔或钢笔(含签字笔)答题,使用铅笔答题无效。

一、单项选择题(本题共10小题,每小题3分,共30分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. 安德鲁·佩蒂格鲁在《组织文化研究》一文中将企业文化定义为()。
 - A. 特定时期,在特定团体中被公认的,被集体接受的一种运行系统
 - B. 组织的行事方式
 - C. 由一些象征性的方法传达的核心价值观
 - D. 应用于社会企业中最为普遍的组织文化
2. 从思想的发展演变来看,海尔的“人单合一”与中国传统文化中的()关系最具相似性。
 - A. 儒家思想
 - B. 道家思想
 - C. 法家思想
 - D. 墨家思想
3. 约翰·科特和詹姆斯·赫斯科特将企业文化划分为()种类型。
 - A. 二
 - B. 三
 - C. 四
 - D. 五
4. ()是指企业在追求经营成功过程中所推崇的基本信念和奉行的目标,是企业全体或多数员工一致赞同的关于企业意义的终极判断。
 - A. 企业哲学
 - B. 企业精神
 - C. 企业经营宗旨
 - D. 企业价值观

5. 企业文化对经济发展的促进作用表现在()。
 - A. 企业文化是市场运行的外在动力
 - B. 企业文化是促进企业改革与进步的唯一决定性因素
 - C. 企业文化是不断变革社会生产力方式的精神力量
 - D. 企业文化在指导企业履行社会责任、端正企业行为中起着决定性作用
6. 企业愿景是对企业前景和发展方向的一个高度概括,由对企业未来()年的远大目标的表述以及对该目标的生动描述两部分构成。
 - A. 5~10
 - B. 10~15
 - C. 10~20
 - D. 10~30
7. 企业名称要易于传播,这指的是企业取名的()特征。
 - A. 一致性
 - B. 独特性
 - C. 美感性
 - D. 简单性
8. 由于视觉符号多用于商业活动,我们为了保护生产者、经营者和消费者的利益,通常制定法律对视觉符号的设计与使用规则加以强制性的规定,任何企业和设计者都必须遵守。这体现了企业视觉识别系统设计应遵循的哪一原则()。
 - A. 视觉识别要体现企业理念
 - B. 视觉符号设计应当遵循法律规定
 - C. 视觉识别设计应考虑社会风俗习惯
 - D. 必须遵循美学原则,统一设计风格
9. “员工企图在个人志向与公司目标之间找出现实联系的过程中,英雄人物就日复一日地被涂上圣油,不着痕迹地成了成功行为的一种象征。”这体现了企业楷模在企业文化传播中的()作用。
 - A. 引导
 - B. 桥梁
 - C. 启示
 - D. 延续
10. 文化整合的过程中,在(),应该用一种超越彼此、活力四射的新文化来调动企业员工的积极性,提高竞争优势,做到企业的长期可持续发展。
 - A. 整合前阶段
 - B. 整合进行阶段
 - C. 整合后阶段
 - D. 跨文化整合阶段

二、多项选择题(本题共5小题,每小题4分,共20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)

11. 下列关于麦格雷戈的X理论的表述,正确的有()。
 - A. 人并非生来就是懒惰的,要求工作是人的本能
 - B. 在适当的条件下,人们不但愿意而且能够主动承担责任
 - C. 人生来就以自我为中心,漠视组织的需要
 - D. 人习惯于守旧,反对变革,把个人安全看得高于一切
 - E. 人缺乏理性,容易受外界或他人的影响,做出一些不适宜的行为
12. 精神分析学派的创始人弗洛伊德提出了三类焦虑:()。
 - A. 客观性焦虑
 - B. 主观性焦虑
 - C. 神经症焦虑
 - D. 道德焦虑
 - E. 感知焦虑

○-○-○

考点名称:

姓名:

学号:

○-○-○

13. 下列属于评价行为识别效果的内部指标体系的是()。
- A. 市场调查 B. 生产环境营造
- C. 管理人员教育 D. 促销
- E. 竞争方式

14. 当培养和认定企业价值观时,从社会文化的角度出发,需要坚持以下原则:()。
- A. 以人为本的人生价值取向
- B. 以强国富民为本的共同价值理想
- C. 以事业为本的管理价值观
- D. 以绩效和能力为本的主体价值取向
- E. 以诚信为本的道德价值取向

15. 企业文化宣传的非正式网络有()。
- A. 企业报刊 B. 讲故事者
- C. 幕后提词者 D. 企业宣传栏和广告牌
- E. 小集团

三、判断题(本题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

16. 美国著名管理学家德鲁克最早将文化这个概念用于企业管理。()
17. 加里格瑞夫针对全球化的现象提出了全球商品价值链和全球价值链的概念。()
18. 日本企业在文化建设过程中,推崇理性、讲究科学、重视效率的价值观。()
19. 相比于外来文化,中国传统文化更重视血缘关系、家庭关系,主张有差别的爱。()
20. 环境形象是企业形象的基石。()
21. 重视管理型企业文化重视企业内部规范,重视协调竞争对手之间的关系。()
22. 以人性为核心,人本管理有组织人、环境和文化三项基本要素。()
23. 在文化管理阶段,管理的前提是经济人假设。()
24. 企业文化设计中最重要的是企业行为制度体系的设计,它决定了企业文化的整体效果,也是设计的难点。()
25. 员工是决定企业文化能否“落地”的基本力量。()

四、简答题(本题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

26. 简述企业文化建设规划的原则。
27. 简述企业履行社会责任的作用。

五、案例分析题(本题共 1 小题,每小题 20 分,共 20 分)

28. **苏泊尔公司文化竞争力的超越之路**

苏泊尔的前身——浙江省玉环压力锅厂本是沈阳双喜压力锅的贴牌生产厂家,由于玉环产的双喜压力锅在品质及外观设计等方面都优于沈阳产双喜,产生了诸多客商的指定购买,由此带来了市场份额的逐渐增大,直接导致了沈阳双喜的市场下滑。为此,沈阳双喜于 1994 年断然停止了双方的贴牌合作,收回“双喜”品牌的贴牌生产权。在当时的市场环境下,这就等于把没有品牌产品的玉环压力锅厂推进深渊。就在那一刻,以苏增福为代表的玉环压力锅厂的当家人,立志要把压力锅厂办下去,还要让它成为中国第一。正是这种不甘为人后的壮志驱使苏增福前往工商局注册了“超越”的英文(SUPOR, SUPER 注册不了)谐音“苏泊尔”,很多人认为之所以叫苏泊尔是因为苏增福姓苏,其实完全是一种巧合与误解,是不了解苏泊尔诞生背后的真正原因。

苏增福的观点和行动得到了所有员工的支持,因为他们深知他们是被人一脚踢出门外的,他们必须要自己去找回自己的尊严。超越双喜,远远地超越,成为中国压力锅市场的顶峰之人,成为苏泊尔后期及现在的企业理念的始发点。

正是这种信念,让苏泊尔人更加真实地审视自己,如何超越? 从哪超越? 超越的理念再一次地给予苏泊尔人以方向:从产品研发上超越、从品质上超越、从成本管理上超越、从品牌建设上超越、从市场渠道建设上超越等等,直到今天。

苏泊尔的超越之梦成功了,因为每一个苏泊尔人都想超越,这就是企业文化信念的力量。几年的超越之路,苏泊尔不仅远远超过了当年的老大哥,更是成就了我国压力锅及炊具业第一品牌的地位。从 1995 年起,苏泊尔率先在中央台打出了中国压力锅产品的第一支广告“苏泊尔,安全到家”,第一个树立了安全的概念领袖品牌形象。现在,不论是市场占有率、知名度、美誉度,还是品牌的忠诚度等等企业有形的及无形的资产,都令当年霸道的双喜望尘莫及。

苏泊尔不仅找到了钱,扬了名,最终建立了具有竞争力的企业文化理念。

阅读完本案例后,请回答以下问题:

- (1)什么是企业理念文化? 它是一句响亮的口号吗? (10 分)
- (2)请问企业文化对提升企业竞争力有何作用? (10 分)

试卷代号:11476

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

企业文化管理 试题答案及评分标准

(供参考)

2024年7月

一、单项选择题(本题共10小题,每小题3分,共30分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. A 2. B 3. B 4. D 5. C
6. D 7. D 8. B 9. B 10. C

二、多项选择题(本题共5小题,每小题4分,共20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)

11. CDE 12. ACD 13. BCE 14. BDE 15. BCE

三、判断题(本题共10小题,每小题1分,共10分。以下叙述中,你认为正确的选“√”,错误的选“×”)

16. × 17. √ 18. × 19. √ 20. ×
21. × 22. × 23. × 24. × 25. √

四、简答题(本题共2小题,每小题10分,共20分)

26. 简述企业文化建设规划的原则。

答案要点:

(1)以人为本的原则。(2分)(2)共识原则。(2分)(3)目标原则。(2分)(4)兼容原则。(2分)

(5)创新原则。(2分)(要求对每一原则展开简单阐述)

27. 简述企业履行社会责任的作用。

答案要点:

(1)提高企业市场开拓能力。(2分)(2)树立企业形象增强竞争力。(2分)(3)促进企业创新。

(2分)(4)为企业的可持续发展赢得良好的外部环境。(2分)(5)推动优秀企业文化建设。(2分)

(11476号)企业文化管理答案第1页(共2页)

五、案例分析题(本题共1小题,每小题20分,共20分)

28. 苏泊尔公司文化竞争力的超越之路

答案要点:

(1)企业理念文化是企业所形成的具有自身特点的经营宗旨、价值观念和道德行为准则的综合,在文化设计时体现为理念识别(MI),它是企业标识的基本精神所在,也是企业标识运作的原动力。企业更新、完善、明确、统一自己的理念,就是设计和实施企业理念识别系统。

对于顾客而言,企业的理念文化,绝不是一句响亮的口号,而是这种理念渗透融入每一名员工的灵魂深处后,外化出来的日常行为习惯。精确地讲,就是客户能否在你这里寻找到物超所值的感受。如果能寻找到这种感觉,那就说明企业的理念文化实实在在地展现出来了。

(2)企业文化作为企业发展软实力,是提高企业竞争力的关键因素。企业竞争力是企业资源和能力的综合反映,是企业所持有的、不易被竞争对手效仿的独特能力,这种能力包括具有企业特色的企业精神、核心价值观、经营管理理念、企业形象和员工素质等。而企业文化是企业长期生产经营过程中形成的价值观念、经营思想、群体意识和行为发展规范的综合体。优秀的企业文化是企业核心竞争力的重要组成部分。建立先进的企业文化,有利于强化企业核心竞争力的基础。

在未来的全球竞争中,企业想立于不败之地,企业文化将起着举足轻重的作用。但凡业绩辉煌的企业,企业文化的作用都十分明显。世界各国企业的实践也充分证明了企业文化的重要作用,公司内部强有力的企业文化无一不对企业竞争力的增强起到决定性的作用。(案例分析无固定答案,言之有理即可)

(11476号)企业文化管理答案第2页(共2页)