

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看，不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

基础学习班 依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

真题串讲班 教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析 & 近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

习题班 自考 365 网校与北大燕园合作推出，每门课程均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格返还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

天津市高等教育自学考试

企业文化与企业形象设计 试卷

总分		题号	一	二	三	四	五	六	七
核分人		题分	20	20	6	9	20	10	15
复查人		得分							

得分	评卷人	复查人

一、单项选择题：在每小题的备选答案中选出一个正确答案，并将正确答案的代码填在题干上的括号内。（每小题 1 分，本大题共 20 分）

1. 马斯洛“人类需要层次论”中最高层次的需求是（ ）
A. 安全的需求
B. 感情和归属的需求
C. 自我实现的需求
D. 生理的需求
E. 尊重的需求
2. 下列属于古典管理理论的是（ ）
A. 弗鲁姆“期望理论”
B. 亚当斯“公平理论”
C. 马斯洛“人类需要层次论”
D. 韦伯“行政组织理论”
E. 麦格雷戈“X-Y 理论”
3. “通过员工自觉或不自觉的言行来体现企业价值观和企业精神”反映了企业文化的（ ）
A. 激励功能
B. 辐射功能
C. 导向功能
D. 约束功能
E. 凝聚功能
4. 企业制度文化的核心内容是（ ）
A. 企业领导结构
B. 企业组织结构
C. 企业领导体制
D. 企业激励制度
E. 企业管理制度

5. 产品技术审美信息的载体的是 ()
 - A. 产品色彩
 - B. 产品形态
 - C. 产品结构
 - D. 产品风格
 - E. 产品气质
6. 集中体现顾客重复购买程度的是 ()
 - A. 技术审美
 - B. 顾客愉悦
 - C. 品质文化
 - D. 品牌价值
 - E. 服务满意
7. 按照“四层次文化模型”居于企业文化系统表层的是 ()
 - A. 企业物质文化
 - B. 企业精神文化
 - C. 企业制度文化
 - D. 企业行为文化
 - E. 企业伦理文化
8. “企业文化就是企业管理中硬件和软件的结合”是 () 学说的主要观点。
 - A. “同心圆说”
 - B. “精神现象说”
 - C. “总和说”
 - D. “四层次模型说”
 - E. “基本要素说”
9. 直接影响和关系企业文化的塑造与企业兴衰的是 ()
 - A. 企业家行为文化
 - B. 企业家精神文化
 - C. 企业家约束制度
 - D. 企业家激励制度
 - E. 企业家社会责任
10. 员工知识化程度较高、有相当参与管理经验的企业适宜采用 ()
 - A. 授权型参与管理
 - B. 控制型参与管理
 - C. 全方位参与管理
 - D. 权变型参与管理
 - E. 团队型参与管理
11. 尽可能为投资者创造收益,同时注重企业人员自身价值实现的企业价值观是 ()
 - A. 合理利润价值观
 - B. 最大利润价值观
 - C. 企业社会互利价值观
 - D. 以人为本价值观
 - E. 经营管理价值观
12. 企业物质文化建设中“服务文化”的集中体现是 ()
 - A. 品质文化原则
 - B. 技术审美原则
 - C. 追求卓越原则
 - D. 顾客愉悦原则
 - E. 标新立异原则

得分	评卷人	复查人

四、名词解释题：（每小题 3 分，本大题共 9 分）

34. 企业行为文化

35. 企业经营哲学

36. 企业社会责任

得分	评卷人	复查人

五、简答题：（每小题 5 分，本大题共 20 分）

37. 简要说明梅奥霍桑实验的基本假设。

38. 简述企业精神具有的基本特征。

39. 简述企业标志设计的基本原则。

40. 简述企业家精神的意义。

得分	评卷人	复查人

六、论述题：（本题 10 分）

41. 目前“80后”的人已经开始进入职场，而人们对“80后”的普遍看法是：这是一群缺乏吃苦精神、没有团队意识、缺乏职业精神、承压能力低，却信仰‘Money’（钱）的新一代。这种信仰对管理最大的影响就是，管理者无法用多少虚的精神法则去激励他们。当然，“80后”追求的当然不仅仅是‘Money’（钱），“80后”最反感的就是“步调一致”、“一切行动听指挥”，他们更追求自我、自由、独特、快乐地活着。所以，要掌握“80后”管理之艺术，就一定要能跟上他们的节奏：快速的培训，快速的计划，快速的反应，快速的奖励，快速的提升，对他们的激励需不断创新，计划不能固定，内容不能千篇一律，培训不能单一模式，激励方式不可以老土。
- 请结合上述背景，利用相关理论论述 21 世纪企业精神文化建设的挑战与对策。

得分	评卷人	复查人

七、案例题：(本题 15 分)

42. 星巴克浓郁的咖啡文化

爱喝咖啡的人大概都听说星巴克(Starbucks)，“星巴克”是 100 多年前美国一个家喻户晓的小说的主人公，20 世纪 70 年代，3 个美国人把它变成一家咖啡店的招牌来推广美国精神，自那以后，一杯一杯的星巴克咖啡使整个世界为之着迷。星巴克的成功并不在于其咖啡品质的优异，轻松、温馨气氛的感染才是星巴克制胜不二的法宝。因为“星巴克”咖啡馆所渲染的氛围是一种崇尚知识，尊重人，带有一点“小资”情调的文化。在星巴克咖啡馆里，强调的不再是咖啡，而是文化和知识。星巴克文化实际上是围绕人和知识这两个主题下功夫的文化，这种文化的核心，是利用尽量舒适的环境帮助人拓宽知识和能力层面，挖掘人在知识上的最大价值。和其他跨国大企业不同，星巴克是不利用巨额的广告宣传和促销的少数品牌之一。星巴克认为咖啡不像麦当劳，咖啡有独特的文化性，赞助文化活动，对星巴克形象推广很重要。比如以前上海举办的达利画展，星巴克就是主要赞助商。而星巴克也是上海 APEC 会议的赞助者。

星巴克连锁店外观单纯从店周围的环境来考虑，但是其内部装修却要严格地配合连锁店统一的装饰风格。每一家店本身就是一个形象推广，是星巴克商业链条上的一环，由美国的设计室专门为每一家店创造丰富的视觉元素和统一的风格，从而使顾客和过路客赏心悦目，达到推广品牌的目的。这种推广方式被称为 Tie-in，就是把咖啡馆形象和顾客紧密联系起来。在星巴克咖啡店里，员工是传递体验价值的主要载体，咖啡的价值通过员工的服务才能提升，因而员工对体验的创造和环境同样重要。事实上，星巴克的员工就如同咖啡迷，他们可以详细地解说每一种咖啡产品的特性，而且善于与顾客进行沟通，预感他们的需求。员工在星巴克被称为“伙伴”，因为所有人都拥有期权，他们的地位得到了足够的尊重，也为星巴克品牌创造了极大的竞争力。全球一致的管理、品质和口味，星巴克的成功故事并非始于每一杯都保持相同味道的咖啡，而是当咖啡豆还在成长的时候就已经开始了：十分挑剔地选择咖啡豆，从品种到产地到颗粒的形状等，每一个环节都有严格的标准；据说星巴克绝不让未经专家严格品评(杯评)的咖啡豆进入市场，其咖啡品评专家每年要品评 10 万杯以上的咖啡，以确保品质，以杯评法挑选咖啡豆，然后决定精准的烘焙程度，令每一种咖啡的独有滋味都得以完全释放，星巴克的口号是：将每一粒咖啡的风味发挥尽致。最后的一道工序是把热气腾腾的咖啡连同标准的服务模式一起卖给顾客。

在星巴克看来，人们的滞留空间分为家庭、办公室和除此以外的其他场所。作为一家咖啡店，星巴克致力于抢占人们的第三滞留空间，把赚钱的目光紧紧盯住人们的滞留空间，现场钢琴演奏+欧美经典音乐背景+流行时尚报刊杂志+精美欧式饰品等配套设施，力求给消费者带去更多的“洋气”感觉。让喝咖啡变成一种生活体验，让喝咖啡的人自觉很时尚，很文化。

课程编号：1186 企业文化与企业形象设计 第 9 页(共 10 页)

请根据上述案例，回答以下问题：

(1) (8分) 星巴克在其 CIS 系统设计中着重考虑了哪些要素？

(2) (7分) 星巴克文化在推动星巴克形象的推广和传播中发挥了哪些作用？