

2009 年上海海事大学攻读硕士学位研究生入学考试试题

(重要提示: 答案必须做在答题纸上, 做在试题上不给分)

考试科目: 企业文化

一、辨析题 (10 分)

- (一) 企业文化建设就是开展文体活动。
- (二) 企业价值观是企业文化的核心。
- (三) 在人性的探索上, 古代管理理论提出了人不仅仅是“经济人”, 还是一种社会人、文化人。
- (四) 企业文化的规范功能是指企业文化对企业员工思想和行为的指导和约束。
- (五) 在处理企业与消费者的关系上, 企业要树立与消费者双赢的利益观。

二、名词解释 (20 分)

- (一) 企业文化的概念
- (二) 企业精神
- (三) 企业制度
- (四) 企业文化系统结构
- (五) 企业文化的凝聚功能

三、简答题 (30 分)

- (一) 为什么说企业文化的实质是员工文化?
- (二) 企业文化的特征是什么?
- (三) 企业行为识别及其具体构成的五个层面是什么?
- (四) 简述企业文化的内在价值。
- (五) 简述企业文化理论的超越内容

四、论述题 (40 分)

- (一) 试举例说明企业形象在企业发展中的作用
- (二) 试论企业文化的发展趋势 (回答企业文化创新的必要性、思路、主题、目标和指导思想)。

五、案例分析 (50 分)

案例分析 (一)

企业文化力量使濒临倒闭的企业起死回生

三菱集团至今已有 120 多年的历史, 其团队建设的核心是终身雇佣制, 即使在 1997 年日本经济出现衰退时, 也不减 1 名员工。另外, 三菱实行 5 岁以后的第二养老金制度, 第二养老金加上官方养老金, 退休员工每月有 30 万日元的收入, 使退休员工“老有所养”。三菱认为: “既然是终身雇佣, 就应该一直照顾员工到死”。这种厚恤退休员工的做法使在职员工也感到安心, 并普遍表示“没有后顾之忧”。厚恤之下, 三菱也要求员工对公司绝对效忠。并结合时代的发展进行相应的“忠诚教育”, 使得三菱从 1954 年至今未发生一例大的劳资争议, 表明三菱“忠诚团队”的文化建设是卓有成效的。

请结合所学的企业团队文化知识, 理解和分析三菱的“忠诚团队”文化。

案例分析 (二)

CI 导入与品牌效应

1969年，百事可乐公司导入CI，商品名称Pescicola改为Pepsi。修改后的名称发音清脆响亮，使人联想到开罐是时气体外冒的“嘶嘶”声。整个企业识别标志左右贯通无阻，上下反向对称地布置了两个相同的不规则圆浪形，上为红色，下为蓝色，构成了红、蓝、白的色彩对比与变化。统一的产品标志和企业识别强化了企业形象的整体识别形和市场营销的整体形象性，给人以通畅的感觉，对比强烈，充分激励了审美时空效应。CI的导入，为企业带来了巨大的经济效益。1975年5月，百事可乐销售首次超过可口可乐，至1985年竟将可口可乐甩再在了后面。在百事可乐的冲击下，可口可乐公司意识到失败的原因是没有很好地拓展现有的CI系统，于是决定花大代价导入CI。先后甄别了150多种设计方案，最后确定以红底白字为正型标志，应用于企业识别系统和经典可口可乐产品，白底红字为辅型标志，应用于新一代可乐和非可乐型饮料及其他产品。CI的导入使得可口可乐公司1986年的市场销售额上升了2个百分点，而百事可乐反而下降了1个百分点，可口可乐第一饮料地位也由此得以奠定。

结合企业识别系统理论，试从可口可乐与百事可乐的竞争中分析CI的作用。