

《企业形象与策划》复习资料第一章 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/153/2021_2022__E3_80_8A_E4_BC_81_E4_B8_9A_E5_c67_153503.htm

第一章 企业形象概述

1.形象：按《现代汉语词典》的解释是“能引起人的思想或感情活动的具体形状或姿态”。

2.企业形象：就是社会公众对企业的一切活动及其表现的总体印象和评价。

3.企业形象的无形要素包括企业理念、企业制度、企业信誉以及员工素质等方面。

4.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。

5.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。

6.企业信誉的建立还依赖于企业要善于履行其社会责任及义务。信誉本身虽然是看不见，摸不着的，但是它却构成了企业无形形象的主体。

7.企业形象的有形要素包括产品及其包装、生产经营环境、生产经营业绩、社会贡献、员工形象等。

8.企业形象既是客观的，又是真实的。企业形象的真实性体现在企业的现象真实和本质真实这两方面。

9.企业形象一旦形成，一般不会轻易改变。

10.企业有可能通过自身的努力，改变公众对企业过去的旧印象和评价。

11.独特性又称企业形象的差异性。

12.独特性要求企业生产出具有独特性的产品和提供与众不同的服务项目及服务质量。

13.企业

形象有一个形成的过程，这一过程不仅是企业进行形象设计、传播的过程，也是公众对企业进行认知、认可的过程。14. 企业形象的形成是一个渐进的复杂的过程，也是企业通过各种传播媒介与社会公众相互沟通、相互影响的过程。15. 企业实态和特征是企业形象的基础，而传播媒介则是传播企业信息、塑造企业形象的桥梁，社会公众则是企业形象的评价者，其印象、态度和舆论在企业形象形成过程中起着决定性的作用。16. 企业的知名度与美誉度是分别从量的方面和质的方面，评价企业形象的两个常见的也是最为基本的客观指标，是两个既有联系又有区别的概念。17. 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。18. 试联系实际阐述为什么要树立良好的企业形象？答：良好的企业形象是企业的宝贵无形资产，它对企业内部管理和对外经营方面的影响作用巨大而深远。在内部管理方面的作用：有利于企业文化的建设；有利于增强企业实力；有利于企业多角化、集团化、国际化经营。在对外经营方面的作用：有利于企业生产经营资源的增长；有利于获得消费者的认同，扩大产品销售能力；有利于企业公共关系的处理。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

