

《企业形象与策划》复习资料第四章 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/158/2021_2022__E3_80_8A_E4_BC_81_E4_B8_9A_E5_c67_158529.htm 第四章 CIS的理论基础

39.企业战略：是指企业以超越对手，发展自己为目的，以争夺顾客、争夺市场为主要内容，所展开的一系列带有全局性、根本性和长远性的谋划。

40.引入CIS本身就是一种战略举动，它的实施对企业具有深远的、全局的、重要的影响。企业战略管理取得成功的关键是创新。

41.推行CIS实质上是企业从内在理念到外在形象的一场变革。

42.企业文化：作为企业管理的一种新观念，是指企业等经济实体在生产经营中，伴随着自身的经济繁荣而逐步形成和确立并深深植根于企业每一个成员头脑中的独特的精神成果和思想观念，是企业的精神文化。

43. CIS与企业文化的区别和联系

(1).CIS与企业文化相比，前者的范围更为广泛，内容更为丰富，后者是前者的核心内容之一，对前者整体效能的发挥有着重要的辅助作用。

(2).企业文化的作用，对企业内部而，是提高企业凝聚力的重要手段，它以企业精神为核心，把企业成员的思想行为引导到企业所确定的发展目标上来，又通过企业所形成的价值观念、行为准则、道德规范等，以文字的形式或约定俗成的社会心理形式，对企业成员的思想、行为施以影响、控制。价值观念为员工提供一致的方向及日常行为的准则。

(3).企业文化对企业外界环境的作用，则是利于塑造企业形象，企业通过其各种渠道输出产品、服务、公关、广告等时，同时也传播着企业文化，在公众心目中形成印象。

4.企业文化热的兴起，使企业管理学进入一个新的水平，也使CIS理论趋于

完善，各种视觉识别不再是无源之水、无本之木，而是根植于企业文化深厚的土壤中，成为企业文化强大驱动力集中的表现。44.广告先于CIS产生，因而有关广告的基本原理和成功做法构成了CIS的基础。但同时广告又是CIS中的有机组成部分，因而，企业在导入CIS后，其广告又必然服从于CIS中的统一要求。45、简述广告与CIS的一致性。(1)广告所展现的企业形象要同CIS所展现的企业形象相吻合；(2)广告所展现的产品形象要同CIS中所设计的产品形象相吻合，并有利于企业形象树立；(3)广告中的有关标识、文字、色彩等要同CIS手册中的相应设计相吻合；(4)广告的媒介选择有利于CIS的推行和企业形象的实现；(5)广告的总体策划要同CIS的总体策划相交*。46.传播技术的合理运用，对于企业的CIS实施会起到(事半功倍)的效果。47.对试图实施CIS战略的企业来说，只有透彻了解消费者心理活动的一般规律，整个CIS规划才能找准方向、达到目的，而不是玩弄视觉符号游戏。48.企业在导入CIS之前，首先要检讨自己的导入动机。49.在企业CIS计划制定后，企业需精心策划CIS对内和对外的传播，拟定详尽的发布传播计划，开展象征企业新生的各项活动，使CIS尽快导入企业并得到公众的认可。50、简述CIS战略的设计原则。(1)战略性原则；(2)民族化原则；(3)个性化原则；(4)社会化原则；(5)系统性原则；(6)同一性原则；(7)规范性原则；(8)操作性原则。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com