**一、选择题**

1.下列( D )不是构成态度的心理因素。

A.认知因素 B.情感因素 C.行为因素 D.结果因素

2.偶然发生的或首次出现而又较为重要的非重复性决策，称为( B )。

A.程序化决策 B.非程序化决策

C.风险型决策 D.不确定性决策

3.关于管理幅度与层次，以下说法错误的是( C )。

A.管理幅度是指一名主管人员直接领导和管理下属的人数

B.管理幅度越小，管理层次越多

C.管理层次越多，上下级协调性越差

D.确定管理幅度应该考虑多种因素的综合影响

4.下列( D )不属于企业形象在企业内部管理方面的作用。

A.有利于企业文化建设 B.有利于增强企业实力

C.有利于企业多角化、集团化、国际化经营 D.有利于企业生产经营资源的增长

5.企业形象是( C )。

A.主观的 B.客观的

C.既是主观的又是客观的 D.既不是主观的又不是客观的

6.以下( B )不是企业识别系统的构成要素。

A.MIS B.CIS C.BIS D.VIS

7.具有“政出多门，多头领导”特点的组织机构形式，称为( B )。

A.直线制 B.职能制 C.直线-职能制 D.事业部制

8.在企业形象识别系统中，( A )处于核心和灵魂的统摄地位。

A.MIS B.CIS C.BIS D.VIS

9.企业识别理论萌芽于20世纪( B )。

A.40年代 B.50年代 C.60年代 D.70年代

10.下列( A )属于直接传播。

A.企业建筑 B.报纸 C.电视 D.户外广告牌

11.下列( C )不是各管理学派公认的职能。

A.计划 B.组织 C.领导 D.控制

12.下列( C )不属于现代管理思想。

A.人本管理原理 B.系统管理原理 C.激励约束原理 D.动态原理

13.企业理念开发的第一步是( A )。

A.检讨调研报告 B.激发理念创意 C.比较筛选创意 D.构筑理念内涵

14.以下不属于视觉识别系统基本要素的是( C )。

A.企业标志 B.企业标准色 C.产品包装 D.企业标准字

15.“热心、爱心、耐心、诚心”，这一理念定位属于( B )。

A.目标导向型 B.团结凝聚型 C.市场营销型 D.优质服务型

16.以下( C )适宜做CIS导入的倡议人。

A.广告公关部门 B.销售部门 C.董事长或总经理 D.宣传设计部门

17.以下( D )不是CIS的内部功能。

A.凝聚功能 B.规范功能 C.整合功能 D.识别功能

18.下列( C )是一手资料调研方法。

A.查阅企业财务报表 B.收集相关法规

C.观察法 D.查阅公开出版物

19.下列( D )不是构成态度的心理因素。

A.认知因素 B.情感因素 C.行为因素 D.结果因素

20.企业识别理论萌芽于20世纪( B )。

A.40年代 B.50年代 C.60年代 D.70年代

21.在企业形象识别系统中，( A )处于核心和灵魂的统摄地位。

A.MIS B.CIS C.BIS D.VIS

22.关于分层抽样和配额抽样，下列说法正确的是( B )。

A.二者均属于概率抽样 B.二者在实施过程中均要对总体进行分类

C.分层抽样是一种非概率抽样 D.配额抽样是一种概率抽样

23.CIS首先在( A )兴起。

A.美国 B.日本 C.德国 D.韩国

24.中国最早导入CIS的企业是( D )。

A.康恩贝公司 B.武汉油脂化学厂

C.四通公司 D.太阳神集团

25.日本CIS最注重的是( A )。

A.理念识别系统 B.行为识别系统

C.视觉识别系统 D.环境识别系统

26.下列( C )不是各管理学派公认的职能。

A.计划 B.组织 C.领导 D.控制

27.消费者卷入程度高，产品品牌差异小时，消费者的购买行为属于( B )。

A.复杂型购买 B.和谐型购买 C.多变型购买 D.习惯性购买

28.采取小型会议的形式，相互激发灵感，产生创造性思维的创意技法，称为( A )。

A.头脑风暴法 B.德尔菲法 C.稽核取向法 D.形态分析法

29.对CIS与企业文化的关系，以下说法正确的是( D )。

A.与CIS相比，企业文化的范围更为广泛

B.CIS是企业文化的核心内容之一

C.企业文化比CIS的内容更为丰富

D.企业文化对CIS整体效能的发挥具有重要的辅助作用

30.下列哪种问询方法得到的资料更详实、准确( A )。

A.面谈法 B.电话问询 C.邮寄问询 D.留置问卷

31.以下( C )适宜做CIS导入的倡议人。

A.广告公关部门 B.销售部门 C.董事长或总经理 D.宣传设计部门