

<<企业伦理与道德>>

图书基本信息

书名：<<企业伦理与道德>>

13位ISBN编号：9787040230253

10位ISBN编号：7040230259

出版时间：2008-10

出版时间：高等教育出版社

作者：李金轩 等著

页数：254

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<企业伦理与道德>>

前言

社会是人类生活的共同体，是人类相互有机联系、互利合作形成的群体。

马克思主义认为，社会在本质上是生产关系的总和，通过生产关系派生了各种社会关系。

在社会中有比较健全的生存与生产的职能和分工，而生产活动是一切社会活动的基础，企业则是组织人类生产活动的基本单位。

对于现代社会来说，如果没有企业，就如同社会中没有家庭、邻里、学校、社团和社区一样，各类社会活动就无法正常开展。

社会正是通过这些基本单位的互动才形成了人们之间的活动、人们之间的关系、人们在社会中的行为和一定的行为规范，努力促进着社会生活的安定和个体行动与社会规则的一致，借以推进社会正常运转和延续，进而达到社会的和谐发展，所以企业的生产和经营活动是重要的社会活动之一。

在现今社会资源信息化和世界经济全球化的背景下，无论民营企业还是国有企业，它们的活动都已经对社会生活产生了巨大的影响，企业已经成为社会活动的重要主体之一。

企业的这种主体身份在法律层面上可以称之为“法人”，而在社会层面上可以称之为“企业人”。

所谓“企业人”是指作为社会的一个团体成员而存在，以人类的社会需要为动机，把本身的经营行为、运作模式和管理活动同所处社会的伦理道德规范、社会基本价值取向整合在一起，形成为社会和企业创造财富并同时承担一定社会责任的经济实体。

“企业人”是企业的社会身份，就像自然人在社会中的身份是“公民”一样。

在现实社会生活中，社会对公民会提出各种要求，同样，社会也会对企业人提出各种要求，使其遵循所处社会的伦理道德规范，在享受社会文明成果的同时，也要承担相应的社会责任（义务），所以“企业人”的定义不是指人的社会属性的差别，其决定因素不是生物遗传因素的生理特征和人的性格特征，以及因教育因素和社会劳动决定的人的能力。

<<企业伦理与道德>>

内容概要

《企业伦理与道德》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

《企业伦理与道德》分为九章。

先后从伦理与道德的含义入手，提出了企业在经营管理中内在蕴涵着的伦理关系；从挖掘我国儒、道、佛三大流派中的伦理思想，展现了中华五千年历史文化中伦理文明的渊源；从贸易的原始起点“交换”开始，揭示了自由、平等、公正的商业原则和伦理属性；从企业的契约关系、企业的伦理矛盾，论述了企业的主体道德；从企业管理中的伦理导向和道德选择，分析了企业诚信的重要性和我国信用体系建设的意义；从网络经济面临的伦理问题，提出了现代经营管理的伦理追求。

最后，通过5篇阅读资料，呈现了优秀企业（家）“义利兼容”的伦理情操和道德垂范，供学习者讨论与借鉴。

在中国社会主义市场经济的建设中，企业伦理与道德问题，从来没有像今天这样受到重视。

当代企业人要想在市场竞争中获得可持续发展的美好前景，仅仅守法已经远远不能满足社会发展和企业成长的需要，建立和完善企业的伦理架构已经成为现代企业十分紧迫的任务。

学习企业伦理，倡导企业人遵循社会伦理道德规范，正是《企业伦理与道德》写作的目的。

<<企业伦理与道德>>

作者简介

李金轩，中国人民大学工商管理学院经济系教授、博士生导师，兼任全国高校商业经济教学研究会会长，全国高教自考委经济管理专业委员会委员兼秘书长。
中国商业经济学会理事，中国供销合作经济学会理事，中国商业史学会常务理事，中国商业文化研究会常务理事，《中国商业百科全书》编委会委员。
还被聘为天津北洋钢材批发市场和郑州商品交易所高级顾问。
河南财经学院、河北财经学院、兰州商学院等院校的兼职教授。

<<企业伦理与道德>>

书籍目录

第一章 企业伦理与道德概述第一节 伦理与道德是企业赖以生存的基石第二节 社会信用体系建设的核心是弘扬伦理文明第三节 企业伦理与道德的研究对象和任务第四节 企业伦理与道德的研究内容和教学方法案例讨论SARS病毒带来的启示本章小结本章关键术语本章思考题第二章 中华文化与伦理道德第一节 中华文化的伦理概述第二节 中华文化的道德规则第三节 现代企业与传统伦理道德案例讨论西方人心目中的孔圣人——孔子在国外本章小结本章关键术语本章思考题第三章 市场经济与伦理道德第一节 商品交换关系中的伦理属性第二节 市场运行中蕴涵的伦理关系第三节 市场运行中的道德规则案例讨论强大在内心的“仁爱”本章小结本章关键术语本章思考题第四章 企业与伦理第一节 企业的发展进程及其与伦理的关系第二节 企业契约关系中的伦理第三节 企业活动中的基本伦理矛盾案例讨论生态位现象本章小结本章关键术语本章思考题第五章 企业主体道德第一节 企业道德进步的经济动因第二节 企业主体的私德与公德第三节 企业道德的社会形象——企业声誉案例讨论董事长的智慧本章小结本章关键术语本章思考题第六章 企业管理中的伦理导向第一节 伦理导向下的企业经营与管理第二节 企业领导与企业伦理决策第三节 伦理导向下的企业文化与企业形象建设案例讨论伦理观：海尔企业文化战略的精髓本章小结本章关键术语本章思考题第七章 企业营销中的道德选择第一节 企业营销中的伦理关系与道德原则第二节 企业跨国经营中的道德准则第三节 企业公共关系中的道德投资案例讨论布兰查遇到的难题本章小结本章关键术语本章思考题第八章 企业诚信与商业信用第一节 企业诚信与企业信用概述第二节 信用与市场经济的关系第三节 我国信用体系的建设第四节 企业信用体系的建设思路案例讨论诚信奠定市场价值本章小结本章关键术语本章思考题第九章 网络经济与网络伦理第一节 网络经济的定义与伦理特征第二节 网络经济面临的伦理问题第三节 网络伦理与道德规范第四节 企业发展与网络管理案例讨论新技术与网络道德本章小结本章关键术语本章思考题附录 阅读资料【阅读资料一】世界两大巨富热心慈善事业【阅读资料二】发展循环经济，建设资源节约型海尔【阅读资料三】民营企业家奥康集团总裁王振滔的公益事业【阅读资料四】索尼、宝钢与自然和谐发展【阅读资料五】中美企业履行慈善责任状况分析参考文献

<<企业伦理与道德>>

章节摘录

(二) 超越法律 法律是企业及其成员所必须共同遵守的最起码的行为规范。法律调节的是违法行为,对一般不道德行为并不追究;而道德的调节范围要比法律广。法律惩治的行为,道德予以谴责;法律不追究的不道德行为,道德也予以谴责。换句话说,道德对企业及其成员提出了比法律所要求的更高的行为规范。诚然,伦理导向下的企业也并不排斥法律的调节作用,而是将法律的作用包含在了道德的作用之中。

(三) 强调自律 非伦理导向下的企业关心的是在合法的情况下能做什么。企业之所以不做某些不合法的事,是因为害怕受到法律的惩罚。员工之所以做某些事或不做某些事,是命令、制度所规定的。服从命令、遵守制度可以获得承认和奖赏,不服从命令、违反制度则会受到批评和处罚。企业行为和员工行为受外界的约束,是一种他律。

伦理导向下的企业具有自律的特征。道德的约束通常是通过社会舆论和内心信念等手段,以唤醒人们的良知和羞耻感、内疚感,从而实现自我控制和社会控制的理性目标。

伦理导向下的企业通过营造良好的道德环境教育员工,使企业员工认识到什么是企业、员工应该做的,什么是不应该做的,并以这种认识来指导自己的行为。企业或员工不做某件事,不仅仅因为害怕受到惩罚,而且还因为感到那样做是不道德的;企业或员工做某件事,不仅仅因为能得到奖赏,而且还因为感到那样做是道德的。

(四) 履行道德责任 伦理导向下的企业无论在企业获利还是损失的面前,都会优先想到企业对社会、对他人履行社会责任、伦理责任和环境责任。这类企业认为,像其他所有人类活动一样,企业必须准备承担社会责任和道德行为的成本。这种成本有时还不低,但这是维护正直人格的代价。履行道德责任并不排斥企业追求正当的经济利益。事实上,企业应尽量从事既有较高道德价值又能带来较高经济效益的事业。

(五) 追求卓越 追求卓越并不是追求利润最大化。直接追求利润最大化却常常与利润最大化无缘。乍听上去有些不可思议,但仔细想想,一点也不奇怪。

<<企业伦理与道德>>

编辑推荐

《企业伦理与道德》可作为管理类、经济类本科生、硕士生教学用书，也可作为企业培训用书，以及热衷于企业伦理学习和研究者的参考用书。

<<企业伦理与道德>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>