**《商务伦理》课程教学大纲**

**一、课程基本信息**

课程代码：16022902

课程名称：商务伦理

英文名称：Business Ethics

课程类别：专业选修

学 时： 32

学 分： 2

适用对象: 商管专业

考核方式：考试

先修课程：商管相关课程

# 二、课程简介

商业伦理学是工商管理和经济学等专业的课程体系中的一门较为特殊的课程。它不以盈利和竞争为导向，而强调商业伦理和商业道德的重要性。随着市场环境的变化以及消费者伦理意识的增强，研究和实践商业伦理显得尤为重要。我们所开设的商业伦理学涉及商业伦理的内涵、形成与发展、商业文化等；既涉及企业内部管理，又涉及企业间的关系；既考虑到互联网情境下的商业伦理，又重视企业国际化过程中的伦理问题。同时，狭义的商业伦理仅限于商品流通企业，而我们将更广义的工商企业都包含在内，探究商业伦理与企业社会责任的核心问题。

The business ethics is one of course system for majors in business administration and economics. It is somewhat special because it is not directed by profit and competition, but emphasize on importance of business ethics and business morality. In pace with changes in marketing environment and improvement of consumers’ ethical conscience， it is becoming more and more valuable to research and practice business ethics. This course we set up includes some important content of business ethics，such as its connotation，forming and development，and etc. It involves not only internal management of an enterprise ， but also relationships between different enterprises. It considers not only development of Internet context, but also enterprise internalization. What’ more，we concerns a generalized concept of business ethics, not only limited to commodity circulation domain, but concerns all the commercial and industrial enterprises, explore coral problems in business ethics and corporate social responsibility.

# 三、课程性质与教学目的

（一）课程性质

商业伦理学是工商管理和经济学等专业的课程体系中的一门重要而又特殊的课程。商业伦理不以盈利和竞争为导向，而强调商业伦理和商业道德的重要性。随着市场环境的变化以及消费者伦理意识的增强，研究和实践商业伦理显得尤为重要。我们所开设的商业伦理学涉及商业伦理的内涵、形成与发展、商业文化等；既涉及企业内部管理，又涉及企业间的关系；既考虑到互联网情境下的商业伦理，又重视企业国际化过程中的伦理问题。同时，狭义的商业伦理仅限于商品流通企业，而我们将更广义的工商企业都包含在内，探究商业伦理与企业社会责任的核心问题。

（二）教学目标

1、理解掌握商业伦理的基本内涵、理论和思想方法。

2、从战略上理解商业伦理及 CSR 的意义，从实践上了解企业的实际运作。

3、培养商业伦理意识和科学、长远的营销理念。

# 四、教学内容及要求

第1章 引言

（一）目的与要求

了解伦理、道德及商业伦理的基本概念、商业伦理与伦理道德的关系；理解商业伦理对企业经营的重要性；了解本课程的基本内容。

（二）教学内容

1.1 伦理、道德与商业伦理

1. 主要内容:伦理、道德与商业伦理.伦理及其本质属性.道德与道德标准与“商”与商业伦理
2. 基本概念和知识点:

伦理学、道德、商业伦理学及其关系

1. 问题与应用（能力要求）:

理解三个概念与理解三者之间的关系

1.2 商业伦理的价值与意义

1. 主要内容: 商业伦理和市场经济与商业伦理和企业竞争力
2. 基本概念和知识点:商业伦理和市场经济以及企业自身的关系
3. 问题与应用（能力要求）:

* 理解并掌握商业伦理与商业道德在概念上的异同。
* 理解为什么说商业道德是一种职业道德。

（三）思考与实践

总体上看，本章的学习重在伦理认知能力、决策能力和行为能力的培育，因此不仅需要理解商业伦理的基本概念和规则，更重要的是在实践中真正践行伦理行为。

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第2章人性与伦理

（一）目的与要求

理解人性的基本概念及其与伦理的关系；了解人性观对中西方伦理思想的影响；了解伦理的规范性与相对性。

（二）教学内容

2.1 人性的认知

1. 主要内容:人性的认知.本性与教养.利己与利他.博弈论
2. 基本概念和知识点: 理解人性的基本概念及其与伦理的关系
3. 问题与应用（能力要求）:

* 理解行为是在遵循社会约定俗成的规则，以及人类自身进化中生成的各种情感。
* 使命论认为正是这些情感因素维系了人类的道德体系。在商业伦理中也不同样的案例，了解两者差异。
* 思考三鹿事件中人们的情绪与违反人类社会道德底线和基本的问题。

2.2 中西方人性假设比较

1. 主要内容: 人性说与中国传统管理思想.人性说与西方管理思想.
2. 基本概念和知识点:中西方关于人性的假设有相当的差异，这些差异对各自伦理体系的形成有很大影响。
3. 问题与应用（能力要求）:

* 比较“理性经济人”假设和“性恶说”的影响
* 比较性善论、人性可塑论及社会人假设

2.3 伦理理论的演变

1. 主要内容:  伦理的形成. 中西方伦理特征. 主要伦理理论
2. 基本概念和知识点:商业伦理无法自外于社会伦理，理解社会伦理的差异性，对了解商业伦理规范的差异。
3. 问题与应用（能力要求）:

* 理解伦理的形成
* 理解中西方伦理的差异
* 理解中西方伦理演变及特征及应用

2.4 伦理论证与伦理相对性

1. 主要内容: 伦理论证. 伦理的相对性
2. 基本概念和知识点:由于人们在道德论证的过程中对不同道德原则的重要性存在认知差异，常常会出现道德选择的两难境地，我们称之为伦理困境。尤其是当基于文化和价值观的伦理判断出现冲突时,总会出现一种推理优于另一种的情况。
3. 问题与应用（能力要求）:

* 在商业伦理范畴内，如何理解伦理规范的相对性？是否存在具有国别特色、民族特色、文化特色的商业伦理规范？
* 理解伦理困境请举例思考
* 理解伦理相论并找出案例思考

（三）思考与实践

1、外国商业伦理思想的主要内容包括什么？

2、中国不同时期的商业伦理的特点？

3、东西方商业伦理的共性？

4、东西方商业伦理的差异性及其根源？

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

**第3章 商业伦理规范与伦理决策**

（一）目的与要求

了解商业伦理的一般性规范及其应用；理解商业伦理的经济学和社会学解释；了解商业伦理决策的主要影响因素，掌握主要决策方法。

（二）教学内容

3.1 商业伦理的经济性与社会性

1. 主要内容:商业及其合作的演变. 商业伦理的经济性与商业伦理行为的社会制约
2. 基本概念和知识点:伦理与其经济性和社会性结合的结果之一就是“伦理经营”的提出。伦理经营假设意味着企业管理与伦理的结合：追求利润是所有经营活动的重要目标，企业管理必须服务于这一目的；道德的价值在于它是共同利益的维护者。
3. 问题与应用（能力要求）:

* 思考不受社会性制约的商业发展之恶果
* 理解商业丑闻中包括目前正在经历的放纵贪婪形成的经济危机、蔑视公平和关爱引发的三聚氯胺事件等。

3.2 商业伦理的一般规范

(1)主要内容:商业伦理中的目的论原则.商业伦理中的权利与义务论原则与商业伦理中的社会契约论原则。

(2)基本概念和知识点: 一个社会所奉行的商业伦理与其基本伦理观念有密切联系，后果性原则、非后果性原则、德性论原则和综合社会契约论，都深刻地影响着商业伦理的基本准则。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 在中四万文化找到根本性的共同点。
* 发现具差异与奖约精神的内在性与外在性表现上,或者其适用范围 。
* 理解这些差异显然是存在并且可能在很长时期内都将持续。但无论是东方还是西方，哪一种伦理优越感都是毫无理由的。

3.3 商业伦理决策

(1)主要内容:伦理决策的影响因素.伦理决策工具与方法与伦理冲突与协调

(2)基本概念和知识点:商业活动的参与者经常会碰到诸如此类的问题：怎样才算是好的决策？怎样算作坏决策？如何评价组织或个人的决策？伦理决策受哪些因素影响？

(3)问题与应用（能力要求）:

* + - * 理解商业道德冲突情境的大量存在，以及人们在面对冲突时的两难。
      * 理论联系实际，理解商业道德选择的动因及价值。

（三）思考与实践

1、为什么说商业人又是道德人？

2、如何理解“看不见的手”的伦理特性？

3、以公平交换为中心的商业伦理准则都包括哪些内容？

4、在当今的互联网和移动互联网发展的营销情境下，商业道德冲突有哪些表现？又应该如何看待？

5、有哪些因素会影响人们在面临道德困境时的伦理决策？

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第4章企业社会责任

（一）目的与要求

理解什么是企业社会责任；认识履行企业社会责任的必要性；理解社会责任与企业战略管理的关系；理解利益相关者对企业伦理决策的影响；建立正确的责任观。

（二）教学内容

4.1主要观点

(1)主要内容: 企业社会责任的提出与演变. 企业社会责任的界定

(2)基本概念和知识点:

商业伦理和企业社会责任之间的联系。在多数情况下，商业伦理的重点是在商业活动中如何做出合乎伦理的决策，更关注于具体的“道德情境”的识别和道德问题的解决；而企业社会责任则重在探讨企业作为一个整体所负担的社会责任和义务。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 如何界定企业社会责任
* 了解社会模型、利益相关者模型和三重底线模型的观点。

4.2企业社会表现与公众意见

(1)主要内容:企业社会表现. 公众意见及企业的回应与企业公民与责任战略

(2)基本概念和知识点:

对企业社会责任的认同催生了对企业社会责任表现进行测度和量化评价的需求，从而形成了企业社会表现（CSP)理论。企社会表现评价起源于赛思的社会表现分析，企业的社会表现行为分为三种状态：社会约束、社会责任状态和社会反应。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 了解社会约束是一种受制于法律或市场制约状态下的被迫反应，企业的经济责任和法律责任就是在这种状态下形成的。
* 了解社会责任状态体现了企业对社会规范、价值观和社会期望的回应；社会反应则是企业对社会需要的预期或预见性的行为。
* 思考企业社会表现的评价因企业所处的环境的不同是否较大差异。
* 思考文化、经济制度、公众意见等是否影响企业社会表现的重要因素。

4.3企业社会责任实践

(1)主要内容: 经验与现实的背离. 企业实践的动力

(2)基本概念和知识点:

* 经验告诉我们跨国公司和国有企业应当是一个“好”的社会责任实践者和“好”的企业公民，但现实却往往给出不一样的答案。
* 经验与实践的背离，使有关企业社会责任实践的争论不时发生。
* 有关企业社会责任实践的经验，似乎总是存在各种自相矛盾之处。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 社会责任报告的编制可以参照一些相关标准，例如联合国全球契约、SA8000、ISO26000等国际标准。中国社会科学院在2009年推出了CASS-CSR编制指南，将CSR报告主体总结为四个部分：责任管理、市场绩效、社会绩效和环境绩效。
* 企业社会责任审验目前比较通行的是英国Account Ability发布的 AA1000CSR审验标准，该标准强调可持续发展绩效和报告的可信度及质量。
* 了解将社会责任上升到公司战略高度的企业而言，社会责任报告不仅是对企业责任活动的事后总结，更是一种战略性指导。通过实施企业社会责任战略，能够为企业带来更多的商业价值。

（三）思考与实践

1.企业社会责任是什么？社会对企业的期待与企业社会责任之间是的关系？

2.观察中国企业对社会责任的感知与国际主流观点有何异同,文化差异对此有何影响

3.了解认为当代企业社会责任的关键是什么

4.理解企业社会责任与企业战略之间存在何种关联及如何提升企业的长期竞争优势

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第5章市场竞争中的伦理问题

（一）目的与要求

了解与市场竞争、商业合作相关的基本伦理规范；理解政府在市场竞争中的作用以及企业和政府之间的关系；认识商业贿赂与权力腐败的危害、成因及应对策略；明确企业在改善商业伦理环境的作用。

（二）教学内容

5.1自由竞争与政府作用

(1)主要内容: 竞争与垄断. 伦理问题. 政府的作用

(2)基本概念和知识点:

理解自由竞争、公平和信任以及政府作用的重要性，对商业活动的参与者尤其是企业的商业伦理活动是非常关键的。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 理解政府干预中必须关注的是政府信用。
* 政府信用是建立在公众对政府的合理期待以及政府对这种期待回应基础上的一种互动、合作的关系。
* 理解良好的政府信用意味着必须对政府以及政府官员的行为进行道德规范，政府官员必须审慎地避免与公共利益发生冲突。

5.2 商业信任与伙伴关系

(1)主要内容: 商业合作的伦理基础. 商业欺诈及其动因. 政府与大企业的责任

(2)基本概念和知识点:

如果一个社会不存在信用基础，或者由于存在普遍的不安定感和信任缺乏，则无法运用资本为社会创造财富，从而使社会交易成本增加。如果极度缺乏信任，甚至无法实现市场交易。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 理解建立社会信誉基础是减少商业欺诈行为的重要条件之一
* 理解政府和大企业在过程中可以发挥重要作用。

5.3 商业贿赂与权力化腐败

(1)主要内容: 商业贿赂. 权力化腐败. 监管与企业决策

(2)基本概念和知识点:

商业贿赂和权利化腐败是垄断的必然后果，垄断导致寻租行为的增加从而造成商业贿和权利化腐败问题的盛行。观察涉及腐败的案例，在缺少透明机制和有效监管的情况下，腐败、商业贿赂和垄断几乎总是如影相随。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 你认为哪些行为哪些属于商业贿赂，哪些属于商业惯例？
* 商业贿赂产生的动因?
* 商业贿赂的影响及其治理有哪些
* 在反对商业贿赂方面，中国的一些领先企业也已经认识到问题的严肃性请举例说明。

（三）思考与实践

1.竞争市场和垄断市场有何区别？垄断对经济效率和社会福利有哪些影响？请选择某个典型行业加以分析。

2.企业与其商业伙伴之间可能存在哪些伦理问题？大企业在其中扮演什么角色？

3.政府在市场干预中可以发挥何种作用？请以中国行业为例讨论行业反垄断的认识。

4.“垄断本身就是一种不道德”同意这种论述吗？

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第6章消费者关系中的伦理问题

（一）目的与要求

了解生产（服务）者与消费者的权利义务关系；识别产品与服务领域中的主要伦理问题；了解公益营销和社会营销在商业活动中的应用。

（二）教学内容

6.1消费者权利与企业道德责任

(1)主要内容: [消费者权利](https://baike.baidu.com/item/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E6%9D%83%E5%88%A9/9590040).企业的道德责任.

(2)基本概念和知识点:

喜欢以消费者低价偏好为企业不道德行为辩护的决策者，消费者的“效用”并不是仅体现在使用价值上，还体现在他们对企业道德形象的认同上。当企业的价值观违背消费者自身价值观时，大多数消费者会拒绝接受该企业的产品和服务。市场竞争的历史表明，那些建立了良好道德形象的企业更容易获得消费者的青眯，在发生品牌危机时也能快速恢复。

(3)问题与应用（能力要求）:

理解商业企业与商品生产者之间的关系及其可能存在的伦理问题。通过相关案例，理解并掌握两者之间处理伦理关系的规范。

6.2安全与尽责问题

(1)主要内容: 产品（服务）质量与安全. 尽责与安全责任分担

(2)基本概念和知识点:

产品和服务出现责任问题时，公司和消费者的损益情况如何？发生可预见的危害或获取利益的概率有多大？我跟受益人或受害人有关系么？一旦问题被公开，舆论会如何评价？该问题持续的时间有多长？答案越肯定，决策时发生不道德行为的可能性就越低。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 联系实际，理解商业企业与消费者之间可能存在的伦理问题。
* 联系实际，理解两者之间的伦理规范及其现实意义。

6.3信息披露与道德营销

(1)主要内容: 信息披露. 道德营销. 消费主义与道德消费

(2)基本概念和知识点:

产品、服务与消费者关系中的伦理失范问题，还表现在信息披露与营销管理中对消费者权益的损害。

(3)问题与应用（能力要求）:

在推动道德消费方面，国家已经开始尝试为消费者编制购物指南，对那些符合社会期待的产品和服务，使用某些特殊标签加以推荐，鼓励消费者积极购买和消费。这些标签包括公平交易、有机食品、资源回收、动物保护、绿色制造等。对那些存在不道德行为的公司产品或服务，则将其列入拒绝购买名单中。

（三）思考与实践

1、商业企业与生产者之间存在哪些伦理问题？

2、商业企业在处理消费者的关系时应遵循哪些伦理规范？

3、商业企业之间在竞争中存在哪些伦理问题？

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第7章 股东、管理层与雇员关系中的伦理问题

（一）目的与要求

理解股东、管理层和雇员之间的权利和义务关系；理解管理层和雇员责任的区别；理解雇主和雇员的权利与义务；了解雇佣关系中的主要道德问题及其法律要求；理解避免工作歧视和尊重雇员权利的重要性。

（二）教学内容

7.1股东、管理层与雇员：权利与责任

(1)主要内容: 企业与内部利益相关者. 伦理关系与道德责任.

(2)基本概念和知识点:

企业的经营不仅涉及与外部利益相关者的伦理关系，也必须妥善处理与其内部利益相关者的关系。股东、管理层和雇员的利益制衡将直接影响企业的伦理行为，而理解企业与股东管理层和其雇员之间的伦理关系，则需要思考企业为何而存在。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 掌握管理伦理的概念。
  + 理解管理伦理的意义及特点。

7.2管理层治理：伦理问题及治理

(1)主要内容: 管理层与企业利益的冲突. 伦理问题的不同面向.国有企业的特殊性.股东至上主义的反思

(2)基本概念和知识点:

按照信托责任的要求，董事会与经理层应该忠诚、审慎地完成股东的信任托付。由于股东目标和经理人目标存在差异，为了监督、激励经理人完成股东目标，董事会受托对经理层进行监控。但董事会经常因不掌握公司管理控制权而形同虚设，或者被大股东控制。由于股东目标和经理人目标存在差异，为了监督、激励经理人完成股东目标，董事会受托对经理层进行监控。

(3)问题与应用（能力要求）:

* + - * 理解商业管理伦理的构成要素、管理主体分析的三个层面。
    - 理解商业管理伦理过程分析中的三个方面及其内涵。

7.3雇佣关系中的权利与责任

(1)主要内容:雇佣伦理的新变化.管理效率与雇员权利.雇主责任雇员责任

(2)基本概念和知识点:

在传统的劳资契约关系中，雇主与雇员的责任和义务更多强调“等价交换”，即建立在公平和正义基础上的平等关系。进入21世纪后，伴随着年轻世代的成长，新的伦理观念正在改变传统的劳资关系。人力资本价值的提高、雇员自我意识的觉醒、工会组织和其他利益相关者的参与，以及社会整体氛围的变化，都促成了伦理环境的悄然改变。而伦理环境的改变，正是推动雇佣关系发生变革的重要力量。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 虽然多数公司鼓励雇员遵守伦理规则和专业伦理，但当公司利益与专业伦理及雇员个人道德观念发生冲突时，还是有相当多的公司不允许雇员将公司内部事务泄露给社会公众。
* 告密仅仅是公司内部的一种规制手段。公司在“应该做什么”和“实际做什么”之间，伦理决策依然面临道德两难境地。

7.4伦理困境与伦理决策

(1)主要内容: 公平与歧视. 言论自由与隐私权

(2)基本概念和知识点:

工作场所的基本伦理规则是明确、清晰的，但在实际运用中，却可能由于理解的不同或者受到各种其他因素的影响而无法坚守伦理规则。虽然人们能够了解工作伦理的重要性，但还是会衡量到底值不值得遵守这些伦理？

(3)问题与应用（能力要求）:

* + 理解为避免陷入工作歧视和不公平对待雇员的纠纷中，一些雇主会在组织内部建立公平委员会并制定相应的工作规则和伦理指引，以减少违规行为。
  + 理解提供服务的过程中会遇至到消费者者要求 :公开员工健康信息的课题:雇员隐私权和消费者的知情权间，应优先考虑哪种?

（三）思考与实践

* + 如何理解管理和伦理之间的关系？
  + 商业管理伦理的特性是什么？
  + 在管理的组织过程中如何贯彻伦理规范？
  + 商业企业在决策过程中存在哪些伦理问题？

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第8章构建伦理领导力

（一）目的与要求

认知伦理领导力的内涵及其在经济活动和企业经营中的地位和作用；探讨构建商业伦理的途径和动力。

（二）教学内容

8.1合格的管理者

(1)主要内容: 道德榜样.伦理文化的营造者.伦理型领导

(2)基本概念和知识点:

公司不仅仅是经济组织，也是社会的重要组成部分。当今商业社会对企业领导者的个人道德提出了相当高的标准，只有那些遵循较高伦理准则的企业领导者才能成为合格的管理者。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 理解社会发展对合格管理者的伦理领导力更加全面的要求。
* 中国的管理者如何成为更具伦理领导力的管理者，也是当代商业伦理研究和实践所面临的问题。
* 如何将将“儒学”引入现代商业伦理实践。

8.2伦理领导力及其商业价值

(1)主要内容: 领导和领导力. 伦理领导的商业价值

(2)基本概念和知识点:

伦理领导力是通过良好的伦理表现和伦理氛围形成的组织领导力 ,随着上社会公众对社会表现的关注，有走来越多的企业期望通过构建建伦领导导力来获竞争势。

(3)问题与应用（能力要求）:

公司出现危机的时候，伦理领导的作用如何给组织带来凝聚力和影响力?

8.3伦理战略构建

(1)主要内容:战略目标与路径. 德治与法治

(2)基本概念和知识点:

伦理领导力在企业中的重要性已经不言而喻，已经开始有越来越多的企业重视伦理领导力，并致力于构建企业的伦理战略。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 企业必须处理好德治与法治的关系：在执行法治时，辅之以德治的内在引导；在执行德治时，借助于法治的外力制约。
* 如何运用德治和法治的力量?每个企业由于自身情况的不同，德治与法治的运用自然也会有所不同。
* 真正权变的领导者应如何具有伦理领导力的，他们最重要且具有激励性的关键品质在于对各种日常需求和期待的回应能力，对道德培育的响应能力，以及领导行为中体现出的一系列理性而明确的价值理念。

8.4伦理文化与伦理守则

(1)主要内容: 道德、制度与伦理守则. 伦理文化建设

(2)基本概念和知识点:

制度与道德是两种不同的社会规范形式，二者在性质和功能上有显着的区别。道德是人类精神自律的结果，是内在的要求和约束；而制度则是外化的具有严格程序、系统的、具有强制力的规制和要求。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 在管理阶段公司必须了解伦理管理问题仅依靠规章制度或公关战略。
* 了解如何须将问题及其解决办法嵌入到管理者的核心责任中。

（三）思考与实践

* 如何看待伦理领导力在创造商业价值过程中所发挥的作用的？
* 如何理解商业伦理视角下的企业社会责任。

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第9章伦理风险与伦理治理

（一）目的与要求

认识伦理失范对企业经营的风险；能够从不同角度了解伦理风险控制的重要性；了解合规管理的基本内容；了解管理者和雇员在合规管理中的作用；了解影响伦理风险控制的组织因素。

（二）教学内容

9.1伦理风险的产生

(1)主要内容: 公司治理失效. 经理人机会主义定向.伦理缄默与伦理实用主义

(2)基本概念和知识点:

所谓企业风险，是指对企业目标产生负面影响的事件发生的概率，而伦理风险则主要考虑由于不道德经营行为所导致的风险。与其他风险类似，伦理风险同样将导致企业信用、声誉、战略及其他业务的损害。因此，识别、判断并控制伦理风险对企业经营是非常重要的管理问题。

(3)问题与应用（能力要求）:

思考这同样在缺乏董事会监管的情况下，为什么一些公司经常发生管理层违背信托责任甚至违反法律规定的事件，而另一些公司则一切正常？

9.2伦理风险的外部治理

(1)主要内容: 法律治理与控制权市场.社会与公众力量

(2)基本概念和知识点:

虽然不同国家在伦理风险的外部治理方面有一定的差异，但强化法律治理、控制权市场和社会压力，在很多地区都被视为防范伦理风险的重要力量。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 理解信息自由和互联网上的版权保护问题。
* 社会与公众在防范企业伦理风险上如何成为有效作用?
* 社会与公众在防范企业伦理风险上是否有效作用?
* 通过市场机制、政治和社会活动等方式，外部利益相关者在参与企业的公司治理方面是否发挥重要的作用?

9.3伦理风险的内部治理

(1)主要内容: 内部治理体系与风险防范. 举报机制与风险管控.伦理型组织建设

(2)基本概念和知识点:

公司伦理风险的防范，不能仅仅只依靠外部治理。公司治理可以依靠市场自身的纠错机制，通过市场竞争可以迫使企业采用最佳的治理结构。除了外部监管外，企业还必须在其内部建立有效的控制机制，防范风险。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 如何建立良好的内部治理体系
* 企业内部举报机制的建立
* 如何建立统一的奖惩标准，对任何不道德的行为采取措施并加以制止。

9.4全球化下的中国公司治理

(1)主要内容: 理解全球化. 全球化中的伦理冲突.中国公司的全球责任

(2)基本概念和知识点:

随着中国公司的快速成长，从本土走向海外，从地方性公司发展为全球性公司的过程，必然伴随着文化、伦理和商业实践中的种种冲突。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 理解文化对塑造伦理环境是否具有重要或极为重要的影响。
* 文化多元性是一种客观存在，是否存在全球共同伦理规范的问题?
* 什么是全球责任?

（三）思考与实践

1.伦理风险产生的主要原因是什么？

2.外部环境对企业伦理风险有何影响？

3.经理人机会主义是普遍现象吗？应该采取何种策略抑制经理人机会主义？

4.观察几家上市公司，从中找出伦理风险较大的企业。

5.要如何采取何种措施鼓励雇员在公司内部进行举报？

6.理解行业的伦理氛围并发现对决策有何影响。

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

第10章跨文化中的伦理管理

1. 目的与要求

认知文化的内涵；识别在跨文化管理中可能出现的文化冲突及其内在原因；探索引领组织和谐持续发展的企业文化的构建途径。

（二）教学内容

10.1存在伦理相对性吗？

(1)主要内容:道德相对论的说法。

(2)基本概念和知识点:

道德相对论的说法有三种观点:第一种常被称为道德相对主义,认为源于文化差异的实践，必须是具体情境下的行为，是不可改变的，因此外来指责是无效的。第二种是认识论相对主义,否定文化之间道德沟通的可能性，认为在一种文化中合乎伦理的行为，在另一种文化中可能是不道德的。第三种是应用较为广泛的文化相对主义,认为在普适性规范下可以存在各种不同的实践。对有关道德相对论的争论，需要从道德标准的起源进行分析。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 在看似不同的道德判断背后，最基本的价值和原则是否普遍存在于各种不同文化中。
* 这些伦理标准是否人类繁衍生息的根本信条。

10.2文化认同与文化冲突

(1)主要内容: 文化认同与文化冲突

(2)基本概念和知识点:

文化就是由各种反映“好”与“坏”、“合法”与“非法”等意义、符号、价值和假设构成的综合系统，是社会实践与规范的基础，人们借此诠释自己的存在在和经历并激发其行动。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 文化的差异是否认同伦理的晋适性?
* 伦理信条和价值是否会因理解和应用上的差异而不同?

10.3塑造组织文化与价值观

(1)主要内容:组织文化与价值观的塑造

(2)基本概念和知识点:

个人价值观和自我意识能力，与公司运用内在道德形成方式而构成的治理模式之间，很可能存在冲突和分歧。通常，企业组织会倾向于创造服从和排斥差异的氛围，这取决于组织中的差异性和自我塑造的生命力。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 如何把一个人的伦理立场与日常经营活动联系?
* 如何化解伦理冲突
* 如何坚守价值底线?
* 理解管理交叉文化伦理冲突的决策树

10.4包容性与适应性

(1)主要内容: 包容性与适应性

(2)基本概念和知识点:

商业伦理的价值已经被广泛认可，但在普适性价值和当地文化之间的不和谐部分中，将普适性价值多元化是否能够解决伦理冲突呢？“任何民族或任何时代的哲学，总是有一部分相对于那个民族或那个时代的经济条件具有价值，但是总有一部分比这种价值更大一些，如何实现包容而不是排斥，仍然是当代跨文化伦理管理中的挑战。

(3)问题与应用（能力要求）:

* 如何应用广度反思平衡方法理解不同文化的伦理标准的同时保持道德的一致性。
* 理解文化可能有不同界定，但各种文化之间在核心价值上似乎总是有某种一致性，作为理念模式、相关价值观和规范来指导人们的行为，并成为我们在社会上共同遵守的行为。
* 文化的多样性造成何种文化的冲突和伦理困境?

（三）思考与实践

1、什么是商业文化？商业文化具有哪些特性？

2、商业文化的内容和功能包括哪些方面？

3、试分析商业文化的发展趋势。

4、为什么说商业伦理是商业文化的重要组成部分？

（四）教学方法和手段

课堂讲授、多媒体教学、课堂讨论

# 五、各教学环节学时分配

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学环节**  **教学时数**  **课程内容** | **讲**  **课** | **习**  **题**  **课** | **讨**  **论**  **课** | **实验** | **实习** | **其他教学环节** | **小**  **计** |
| 第1章  引言 | 1 |  | 1 |  |  |  | 2 |
| 第2章 人性与伦理 | 1 |  | 1 |  |  |  | 2 |
| 第3章 商业伦理规范与伦理决策 | 2 | 1 | 1 |  |  |  | 3 |
| 第4章 企业社会责任 | 2 |  | 1 |  |  |  | 3 |
| 第5章市场竞争中的伦理问题 | 2 |  | 1 |  |  |  | 3 |
| 第6章 消费者关系中的伦理问题 | 2 | 1 | 1 |  |  |  | 3 |
| 第7章 股东、管理层与雇员关系中的伦理问题 | 3 | 1 | 1 |  |  |  | 4 |
| 第8章 构建伦理领导力 | 3 |  | 1 |  |  |  | 4 |
| 第9章 伦理风险与伦理治理 | 3 |  | 1 |  |  |  | 4 |
| 第10章 跨文化中的伦理管理 | 3 | 1 | 1 |  |  |  | 4 |
| 合计 |  |  |  |  |  |  | 32 |

“各教学环节学时分配”中，“其它教学环节”主要指习题课、课堂讨论、课程设计、观看视频、现场参观等教学环节。

六、课程考核

（一）考核方式: 平时成绩与期末成绩

（二）成绩构成

平时成绩占比：50% 期末考试占比：50%

（三）成绩考核标准

平时成绩为作业与课堂出席率，个案作业中需加入思政与多国比较观点。

期末考试为期末笔试，试题中包含论述题，需加入思政观点加以分析探讨。

**七、推荐教材和教学参考资源**

(1)于惊涛、肖贵蓉，商业伦理理论与案例(第2版)，2020

(2)[纪良纲](http://www.dangdang.com/author/%BC%CD%C1%BC%B8%D9_1)，商业伦理学，中国人民大学出版社，2011

八、其他说明(黑体,小4)

无

大纲修订人：涂惠娟 修订日期：2021.12.25

大纲审定人： 审定日期：