

<<商业伦理导论>>

图书基本信息

书名：<<商业伦理导论>>

13位ISBN编号：9787040137392

10位ISBN编号：7040137399

出版时间：2008-7

出版范围：高等教育

作者：赵书华

页数：294

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>

## &lt;&lt;商业伦理导论&gt;&gt;

## 前言

当我们即将完成《商业伦理导论》这本教材的时候，回顾整个写作过程，一种感恩之情油然而生。这是一次勇敢的攀登，凭着我们的热情和对自已专业知识的把握、对社会理想的执著追求，我们踏上了这本书的编写之路。在大纲的创作过程中，我们才开始意识到这本书的难度。茫茫书海，寻寻觅觅，关于伦理学方面的书籍很多，却找不到几本有关商业伦理学方面的教材。于是漫长与艰辛的跋涉开始了，在茫茫林海和悬崖峭壁之间，我们每向前一步都是那么的艰难。理论上的困惑有如层层迷雾，有时会使我们找不到前进的方向；思维成果的复杂与细微，常常使我们感到语言表述上的苍白与无力；相关学科精髓的提炼与融合，又犹如座座峭壁恒埂在我们的面前要我们逾越；理论的博大与精深，又常常使我们感到自己的渺小与无知……在这次艰苦的攀登历程中，我们这个小小的登山队是由来自北京工业大学经济与管理学院、人文社科学院，北京联合大学商务学院，天津商学院多年从事商业经济学、伦理学、法学、管理学教学与科研的专家学者组成的，这些专家学者长期从事于经济学、伦理学、法学、管理学四个领域的研究与教学工作，大家怀着对国家富强与社会进步的祈盼，满腔热情地走到了一起。从大纲到教材，从教材到辅导书，艰难的探讨与激烈的争论始终伴随着我们，坦诚与关爱像登山者的结组绳在我们中间牵连彼此，使我们在攀登中相扶相伴奋然前行。书即将完成了，这种深情厚谊留在了我们每个人的心里。

在对商业伦理的探索中，引导我们一步一步深入思考的是经济理论和经济实践的发展变化，以及这些变化所逐渐揭示出的内在规律。

## <<商业伦理导论>>

### 内容概要

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。

## 书籍目录

第一章 绪论第一节 一般伦理学的概念第二节 商业伦理学的要义第二章 交换关系中的伦理第一节 商业的产生和发展第二节 交换中的伦理关系第三章 契约关系中的伦理第一节 契约关系的产生和发展第二节 契约关系中的伦理第三节 法律与伦理第四章 商业主体道德第一节 主体道德概说第二节 商业活动的动机与效果、目的与手段第三节 商业良心和商业精神第五章 商业信用第一节 交换与商业信用第二节 商业信用与诚信第三节 商业信用体系的建设第六章 市场营销中的伦理关系与道德原则第一节 营销伦理关系与道德原则第二节 营销组合策略中的道德第三节 21世纪市场营销的伦理追求第七章 企业管理中的伦理关系与道德决策第一节 伦理导向下的企业经营与管理第二节 企业决策层的伦理观念与道德建设第三节 企业行为与道德评价第四节 企业决策中的伦理选择第八章 企业公共关系中的伦理架构与伦理追求第一节 企业公共关系中的伦理架构第二节 企业对利益直接相关者的公共关系建设第三节 企业对利益间接相关者的公共关系建设第九章 国际贸易中的伦理关系与调节手段第一节 国际贸易中的伦理关系第二节 当代国际贸易中的伦理问题第三节 构建21世纪新型的国际贸易关系第十章 跨国经营中的伦理问题与整合战略第一节 跨国公司的产生与发展第二节 企业跨国经营面临的冲击与挑战第三节 跨国经营中的伦理问题和成因分析第四节 跨国企业伦理关系整合战略与策略附录 企业伦理规范及道德建设的典型案例介绍案例一 日本八佰伴的企业形象建设案例二 波音公司的道德计划案例三 惠普公司的企业文化案例四 强生公司的企业信条案例五 强生公司危机处理时的伦理决策主要参考书目后记

## 章节摘录

我们已经分析了商业活动中客观存在的基本伦理矛盾及其规律，由此可以推出，合理的商业伦理秩序应该是自利与利他的统一、经济发展和社会全面协调发展的统一。

具体说来就是，微观上每个商业主体（无论是企业还是个人）充满生机和活力，宏观上整个社会经济正常、协调、有序运行，不断提高效益，满足人和社会自由全面和谐发展的需要。

下面进一步分析，应该用怎样的方式去建立这种秩序，它对人们的道德提出了怎样的要求和标准，并顺便对全书的顺序和结构作一简单的介绍。

1. 解决自利与利他矛盾的根本出路——社会公正 商品交换活动的基本条件是自由、平等和所有权，又经过契约这一中介环节实现交换。

在契约基础上产生的社会公正是解决自利与利他矛盾的根本出路。

自由是商品交换活动的起点，指的是人人有追求自己的利益、财富和幸福的权利，可以自由地拿着自己的产品或货币到市场上自愿与其他所有者进行交换，而不受别人的意志支配和左右，享有在国家法律允许下的买卖自由、贸易自由。

商品交换的基础在于等价交换，这意味着交换各方的地位和身份是平等的，应互相承认和尊重他方自愿转让自己产品的意志，以平等博弈的原则达成各方同意的结果。

如果强迫、干涉甚至剥夺另一方的意愿，就是对他人利益的掠夺。

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>