

<<企业伦理>>

图书基本信息

书名：<<企业伦理>>

13位ISBN编号：9787501966653

10位ISBN编号：7501966656

出版时间：2009-1

出版时间：中国轻工业出版社

作者：姜启军，齐亚丽 编著

页数：230

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>

## 前言

“民以食为天”，食物是人类赖以生存繁衍、维持健康的基本条件之一。

改革开放以来，我国食品产业的内涵与外延发生了历史性的变革，已从“加工业”扩展到“大食品产业体系”时代。

食品产业在国民经济和社会发展中的作用举足轻重，成为我国国民经济的重要支柱。

中国共产党十六届五中全会更明确提出，要大力推动农业现代化和社会主义新农村建设，统筹城乡经济社会发展，从我国经济发展的战略高度，把发展食品工业、大力开展农产品深加工与解决“三农”问题密切结合起来，在政策上给予大力扶持，从而为食品产业的大发展创造了良好的环境。

“大食品产业体系”下的现代食品产业的发展不仅需要大量食品工程和加工技术型人才，更迫切需要既懂食品工程与加工技术又熟悉食品产业经营管理知识的复合型人才。

可见食品产业的迅猛发展对食品经济管理人才的需求越来越大，对食品经济管理人才的要求也越来越高。

但是，国内目前还没有专门针对食品经济管理专业的教材，迫切需要编写一套兼具理论性和实践性的教材。

上海海洋大学是国内第一个开设食品经济管理本科专业的高等学校，因此，编写一套反映当今食品经济管理的发展现状、符合创新创业型人才培养要求的食品经济管理专业系列教材，是我们义不容辞的责任和义务。

这套教材正是在客观环境和现实需要的双重驱动下，在上海海洋大学有关领导的指导下，在相关教师的共同努力下，由中国轻工业出版社组织编写而成。

本系列教材力求反映最新的食品经济管理的理论与实践，注重配套教材的系统性。

在写作方式上，注重对学生主动思考能力的启发和创新思维能力的培养，希望达到促进教学质量提高，为社会输送高素质食品经济管理创新型人才的目标。

随着学科的不断发展，其体系结构还有待不断完善，内容也需要不断地修改补充。

由于时间紧，任务重，加之该教材体系初次建立，使用效果怎样，尚需在实践中接受检验。

## <<企业伦理>>

### 内容概要

本书在全球化背景下，从管理的角度尤其是从战略的角度对企业和社会的关系进行分析，着重强调企业伦理和利益相关者管理。

书中将企业社会责任与企业战略结合起来，以企业社会责任为出发点，讨论中国企业在经济全球化条件下，在经营管理活动中的企业社会责任等问题。

## &lt;&lt;企业伦理&gt;&gt;

## 书籍目录

1 企业伦理基础 1.1 企业伦理学的产生和发展 1.2 企业伦理的含义 1.3 企业伦理学的传统方法 1.4 企业伦理的特征 1.5 企业伦理与企业道德 1.6 管理伦理 1.7 管理伦理的三种模式 2 企业、社会和利益相关者 2.1 企业和社会的关系 2.2 企业品行：社会责任、社会回应和社会表现 2.3 价值观、企业伦理和企业社会责任的关系 3 企业与利益相关者关系中的伦理问题 3.1 企业、政府和管制 3.2 消费者利益相关者 3.3 产品质量与安全 4 经济全球化和企业社会责任 4.1 企业公民和全球企业公民 4.2 企业社会责任管理系统 4.3 企业履行社会责任的类型和中国现状 4.4 企业社会责任的国际协议和意义 5 跨国公司的社会责任 5.1 国际化经营与伦理 5.2 跨国公司典型的伦理问题 5.3 文化差异与企业国际化经营的伦理准则 5.4 跨国公司对待社会责任的消极模式 5.5 企业社会责任的约束传递机制 6 企业家社会责任和公司治理问题 6.1 伦理领导 6.2 企业家社会责任的核心要素重构 6.3 公司治理 6.4 公司治理结构视角下的企业社会责任问题 7 信息技术的伦理问题 7.1 信息伦理 7.2 网络社会中的责任分析 7.3 电子商务与信息伦理问题 7.4 针对消费者的不道德行为 7.5 隐私问题 8 营销中的伦理问题 8.1 营销观念的转变 8.2 产品竞争中的伦理问题 8.3 产品定价中的伦理问题 8.4 产品促销中的伦理问题 8.5 品牌运营的社会责任策略 8.6 善因营销 9 企业社会责任战略选择和企业绩效 9.1 企业社会责任战略管理概述 9.2 企业社会责任战略分类和经济学分析 9.3 企业社会责任战略管理框架 9.4 企业社会责任战略选择与企业经济绩效关系分析 10 企业社会责任与企业文化 10.1 企业文化的本质 10.2 构建企业文化应包含社会责任 10.3 社会责任型企业文化与企业可持续发展参考文献

## &lt;&lt;企业伦理&gt;&gt;

## 章节摘录

1 企业伦理基础 企业伦理学作为一门学科于20世纪70年代中期方在美国形成,20世纪80年代后期,开始出现在西方的管理学教材中。

在我国,企业伦理是随着改革开放而兴起和发展起来的一个新的理论学科,它对经济和社会产生的重要作用将随着研究的深入和实践的拓展而越来越显现出来。

在企业经营活动中,企业伦理实际上一直存在,其历史与经营活动一样悠久,人类很久以来形成的基本伦理规范对现代的企业经营及管理仍有重大价值。

1.1 企业伦理学的产生和发展 在古希腊,伦理学是哲学的一个重要分支,是哲学研究的核心。19世纪,德国唯物主义学者费尔巴哈认为,道德就是“幸福”,伦理学就是“达到幸福的科学”。战国时期的荀况将“道德”作为一个单独的概念来使用,并且赋予了比较明确的定义,即指人们在社会生活中所形成的一种调整人与人之间关系的道德品质、道德原则和道德规范。

如果把伦理学简单地定义为“研究道德的科学”,孔子、孟子、荀子等都在不同程度上探讨过道德的起源、道德的原则和规范。

所涉及的问题,有人性善恶、天理人欲、德治法治等关系的研究。

企业伦理是伦理学的一个分支,作为一门单独的学科最早出现在美国,20世纪70年代中期在美国开始形成;自20世纪80年代后期,才开始与企业社会责任一起作为一个章节出现在西方的管理学教科书中;到了90年代,越来越多的人认为,讲究企业伦理将是现在及未来企业管理的一个重要特征。

1.2 企业伦理的含义 1.2.1 企业伦理的概念 “伦”即人伦,指人和人之间的关系;“理”即道理和规则。

“伦”和“理”合起来就是处理人与人之间关系的行为规范。

伦理学是处理对和错、道德责任和义务的纪律,伦理学还可以看成是一套道德原理或价值观,是一种道德行为学说或系统。

道德行为指那些在行为上与对错原则相关的行为。

然而,在很大程度上,我们认为伦理学和道德很相似,在术语表达上,二者可以互换,我们要研究的企业伦理即可理解为研究企业活动中的公平、公正及对与错。

企业伦理是指任何商业团体或机构以合法手段从事营利时,所应遵守的伦理规范,或者说是企业应遵守的处理内外部各种关系的行为规范的总和,尤其指通过社会舆论、传统习俗和内心信念而起作用的那些行为规范。

所谓讲究企业伦理,就是行为符合企业伦理规范;所谓不讲企业伦理,就是违反了基本的企业伦理规范。

.....

<<企业伦理>>

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>