

第七章 企业管理中的伦理关系与道德决策

名词解释:

- 1.企业伦理导向: 企业在经营过程中必须选择好坏、善恶、正邪的价值取向, 必须对企业的各项决策有一个伦理思考和道德评价。
- 2.企业使命: 企业在社会经济生活中所担当的角色和责任, 以及企业生存的目的, 企业区别于其他企业而存在的理由。他是企业开展活动的方向、原则和哲学, 他是高度概括和抽象的。
- 3.经济人: 不抱任何其他动机, 只追求个人经济利益, 并只按经济原则进行活动的行为主体。
- 4.社会人: 是对利己与利他之间的辩证关系的准确概括。
- 5.企业的社会责任: 企业在生产经营活动中不能只顾自己的利益, 必须考虑社会利益, 承担社会义务。
- 6.企业文化: 企业内共同追求的信念和价值观。
- 7.伦理分析: 从伦理的角度来分析评估可供选择的方案, 以便帮助管理者做出合乎伦理的正确决策与抉择。包括: 利益相关者的分析和伦理核查。
- 8.声誉管理: 企业为了创建或维护良好的声誉而运用传播技术, 加强企业与公共的沟通, 倾听公众的意见, 切实履行企业的社会责任等做出的一系列管理活动。

简答:

- 1.伦理导向下的企业经营与管理特征?
 - (1) 有明确的价值观和伦理观
 - (2) 超越法律
 - (3) 强调自律
 - (4) 履行道德责任
 - (5) 追求卓越
- 2.企业文化的内容?
 - (1) 它给企业成员一种认同感
 - (2) 它要求企业成员拥有一种比自由更大的社会责任
 - (3) 它提供了一种企业社会系统的稳定感
 - (4) 他提供了行动的基本方向
- 3.影响伦理型企业决策的因素?
 - (1) 领导的伦理素质
 - (2) 行业风气的影响
 - (3) 社会环境的熏陶
 - (4) 企业文化的力量
 - (5) 偶发因素的作用
- 4.企业应当从哪几个方面考虑制定符合山野伦理道德的经营决策?
 - (1) 建立伦理标准
 - (2) 对决策进行伦理分析
 - (3) 对企业决策进行伦理方面的评价: 这合法吗? 这符合社会倡导的伦理规范吗? 这能为利益相关者接受吗? 这符合长远经济效益吗? 这能使我感到自豪吗?
- 5.企业经营过程中伦理理性和道德规范研究内容?
 - (1) 企业伦理守则
 - (2) 企业管理中的道德规范
 - (3) 制定到的规范的遵循

选择:

- 1.领导的实质是追随关系。
- 2.有利于消费者和社会整体发展的责任是社会责任。
- 3.A.B.卡罗尔设计的金字塔型企业社会责任模型从上到下一次是经济责任、法律责任、伦理责任、慈善责任。
- 4.亚当斯密认为企业的道德角色是经济人。
- 5.公众对于企业的整体感觉、印象和认知来源与企业形象。
- 6.企业价值观是企业文化核心基础,同时也是人们行为方式的精神支柱。
- 7.价值观的内容有真假、善恶、美丑构成。
- 8.企业必须履行的社会责任:保护消费者权益、倡导争议与公平、促进社会进步、保护生态平衡。
- 9.企业形象包括的内容有企业理念识别、企业行为识别、企业视觉识别。
- 10.企业不道德行为有贿赂、胁迫行为、欺骗性信息、偷窃、不公平歧视。
- 11.企业伦理守则是企业处理各种利益关系的指导原则,包括企业处理内部利益的指导原则、企业处理外部利益关系的指导原则。
- 12.伦理型企业决策的特点有赚钱不忘良心、发达不忘社会、利己不忘利他、盈利不忘国家。
- 13.制定企业道德规范一般遵循:道德规范要体现企业的核心价值观、道德规范要体现企业特色、道德规范要注重操作性、实施道德规范要注重管理。
- 14.企业形象包括:企业理念识别、企业行为识别、企业视觉识别。
- 15.行业协会的道德规范包括:主要的道德要求、具体营销领域的道德规范。

第八章 企业公共关系中的伦理构架与伦理追求

名词解释:

- 1.公共关系:也称公众关系。公众指与特定的公共关系主体相互联系及相互作用的个人、群体或组织的总合。
- 2.顾客关系:企业与其产品或服务的购买者或直接消费者之间的关系。
- 3.股东关系:企业与投资者、股票交易商、骨干经济人、证券分析家、头管银行、投资公司等金融公众的关系。也称金融公共关系。
- 4.部门关系:企业内个部哥哥事业部或职能部门之间的协作关系,本质上是在利益一致的基础上合作的关系。
- 5.战略联盟:两家或两家以上的企业为实现某一战略目标而建立的相互协作、互为补充的关系。

简答:

- 1.公共关系与合乎伦理的管理的区别?
 - (1)目的不同:公共关系目的是保持企业与公众之间的交流、认可、理解、合作;合乎伦理的管理目的是满足利益县官者利益的同时,获取正当的经济利益
 - (2)理由不同:公共关系因为公主的理解支持对企业声讯发展至关重要;合乎伦理的管理不仅为了经济目标,还为了实现企业追求的理想境界
 - (3)地位不同:公共关系被认为是一项管理职能;合乎伦理的管理是一种新型的管理思想、理论

(4) 方式不同

(5) 与伦理的关系不同

2. 各类利益群体公共关系建设思路

	原则	基点	要点
部门关系构建	沟通、协调	价值创造的共同体、信息共享的纽带	强化部门之间横向沟通与协调; 组织结构设计的柔性化
直接利益相关者公共关系构建	团结合作、互惠互利、共同发展	以诚相待, 真诚合作; 优势互补, 利益共享	诚实守信, 尊约重诺; 加强沟通, 密切协作
间接利益相关者公共关系构建	睦邻友好、和平共处、竞争与合作并存	竞合理念、共生理念	信息真实、加强理解; 礼尚往来, 互相尊重

3. 构建以儒家伦理为基础的现代公共关系的体系:

- (1) 以人为本, 以仁德之心对待公众, 回馈社会
- (2) 以义为准, 义中求利, 树立正确义利观
- (3) 以礼为上, 以和为贵, 遵规守法, 实现和谐竞争
- (4) 以信立业, 坚持诚信至上、信誉第一, 以真诚守信赢得公众
- (5) 以智为先, 加强自我修炼, 以大智求大德
- (6) 天人合一, 追求企业与自然、企业与社会和谐发展

4. 商业伦理导向下企业对直接利益相关者的公共关系建设

	原则	要点	基点
企业与消费者关系构建	消费者第一; 消费者是上帝; 满足消费者需要时企业经营活动的出发点和归宿点	以优质的产品建立顾客关系的基本保证; 以完善的服务强化顾客满意; 以自家人理念强化顾客忠诚; 双向的信息交流是实现良好顾客关系的手段	
企业与员工关系构建	尊重人; 关心人; 公正地对待人	建立企业员工的共同愿景; 强化以人为本的理念; 关注员工的利益; 提供全方位的培训; 加强沟通与交流	
企业与供销商关系构建	寻找共同的利益点和价值增长点; 稳定关系、密切合作; 在新的基础上发展战略合作伙伴关系	着眼未来、韬光养晦; 求实为本, 增进了解; 讲究信用, 互惠互利; 诚意合作、共同发展	
企业与所有者(股东)关系构建	在符合价值观的前提下努力使企业取得最大限度的利润; 股东长期持有本企业的股票	建立明确股东关系目标; 尊重股东的特权意识; 加强与股东信息沟通	股东是企业的主要投资人, 与企业生存发展休戚相关; 股东可以为企业的经营管理和决策提供支持和帮助; 股东是企业最强大的顾客群

5. 商业伦理导向下企业对间接利益相关者的公共关系建设

	原则	基点	要点
企业与竞争者的关系构建	公平竞争; 相互学习; 彼此沟通; 加强合作	增加企业自身的竞争优势; 作为标杆, 鲶鱼效应; 共同培育新市场	
企业与社区的关系构建	维护社区长时期所形成的风俗习惯; 积极参与社区建设与发展		树立新型的社区意识; 加强社区与公众的沟通; 积极参与社区建设
企业与政府关系构建	懂政策、讲艺术、勤汇报、抓机遇、摸信息		中央: 纳增值税, 及时完税; 照章纳税, 不偷税漏税; 以多种方式支援国家建设; 密切双方关系; 寻求政府支持 地方: 积极响应政府号召, 参加公益活动; 认真贯彻方针、政策、法规、条例; 合法经营、照章纳税; 积极安排就业

选择:

- 1.合乎伦理的管理强调企业与利益相关者之间的关系。
- 2.企业公共关系中具有核心意义的部分是企业与消费者关系。
- 3.企业与政府的关系企业间接利益关系中最重要关系。
- 4.公共关系的目的是保持企业与公众之间的交流、认可、理解、合作。

第九章 国际贸易中的伦理关系与调节手段

名词解释:

- 1.对外贸易政策: 各国在一定时期对进出口贸易所实行的政策,可分为自由、保护、管理贸易政策。
- 2.贸易条约和协定两个或两个以上的主权国家为确定彼此间的经济关系,特别是贸易关系所缔结的协议。分为双边和多边贸易条约和协定。
- 3.关税: 进出口货物经过一国关境时,有政府设置的海关向进出口商课征收的一种税收,是一国对外贸易政策的基本手段之一。具有强制性、无偿性、固定性。
- 4.商品倾销: 将出口商品以低于国内市场价格,甚至低于商品生产成本价格,在过亲爱市场抛售商品,打击竞争对手以占领市场的雪茄竞销行为。
- 5.绿色壁垒: 又称环境贸易壁垒,在全球关税下降的大趋势下,发达国家、新型工业国家或地区为了保护本国的产品和产业,在寻求关税的替代技术方面寻找到的新的贸易壁垒方式。
- 6.技术性贸易壁垒: 井口过有一利用发杂苛刻的技术标准、卫生检疫规定、商品包装和标签规定等措施来限制商品进口,从而对进口商品形成一种技术上的壁垒。

简答:

- 1.调节国际市场上伦理关系的手段?

- (1) 对外贸易政策
- (2) 贸易条约和协定
- (3) 关税
- (4) 世界贸易组织

2.商品倾销产生的影响?

- (1) 出口国国内消费者受高价消费的损失
- (2) 消费者逐步受到外国垄断者垄断高价的损害
- (3) 进口国的其他国家商品供应者也要受到损害

3.世界市场的作用?

- (1) 是资本主义生产不可缺少的商品销售地和原料采购地
- (2) 有助于缓和资本主义各个社会生产部门发展的不平衡

4.WTO 基本原则、职能、特点?

原则: (1) 非歧视性原则 (2) 贸易自由化原则 (3) 稳定贸易发展原则 (4) 公平贸易原则 (5) 对发展中国家予以照顾的原则

职能: (1) 促进世界贸易组织目标的实现 (2) 为各成员国提供多边贸易谈判场所 (3) 负责定期审议成员国的贸易政策、制度 (4) 研究各国经济形势, 给出建议。

特点: (1) 具有法律制度上的正式性 (2) 组织机构的正式性 (3) 管辖内容的广泛性 (4) 具有统一性

5.21 世纪新型国际贸易关系原则?

- (1) 平等互利原则
- (2) 公平贸易原则
- (4) 互惠贸易原则
- (4) 非歧视贸易原则

6. 21 世纪新型国际贸易关系思路?

- (1) 天人合一, 维护全人类的共同利益 (2) 承担责任, 主动贯彻落实社会责任国际标准
- (3) 重视环保, 追求人类与自然的和谐统一

选择:

- 1. 维系国际贸易关系和国际经济关系的伦理标准时在尊重主权基础上的平等互利
- 2. 贸易总协定认为各缔约方发展对外贸易是建立在比价优势的基础上
- 3. 世界市场的发达程度取决于: 参与国际贸易的国家数量、商品总量水平、各国经济发展程度、国际分工的深度和广度。
- 4. 对外贸易政策大致分为: 自由贸易政策、保护贸易政策、管理贸易政策。

第十章 跨国经营中的伦理问题与整合战略

名词解释:

- 1. 跨国公司: 一般指在两个或两个以上的国家控制有工厂、矿山、销售机构和其他财产的企业。
- 2. 价值观念的多元性: 跨国公司的员工来自不同的国家民族地域, 由于所处的背景文化不同, 员工所固有的价值观念是不同的, 一方面, 东西方文化的差异; 另一方面, 员工的个人经历或者经验不足, 形成了各自对事物的看法和观点, 世界观不同。
- 3. 文化认同的过程性: 跨国公司需要花费很长时间, 经历一个文化解冻, 文化塑造以及文化

再解冻过程,才能最终形成多元文化的磨合和共建,形成并最终建立起全新的企业文化。

4.双重标准:在西方发达国家将产品质量分为对国内标准、对欧美国家标准和对第三世界国家标准。

5.本土化:跨国公司在经营过程中,利用东道国的物质、人力等资源,在当地进行生产销售活动;同时尊重东道国的社化文化习俗,遵守东道国的政策法规,承担东道国的社会责任,并为东道国的发展作出贡献。

6.整合同化理论:跨国公司主动整合企业的内外部资源。实现对多元文化环境与多元文化员工的同化,建立具有独立性、主动性、发展性、层次性特征的管理组织与结构、管理过程、人力资源系统和企业文化氛围,促进跨国企业取得经济和社会效益。

简答:

1.当代跨国公司主要特点?

(1) 规模宏大 (2) 海外业务占有较大比重 (3) 投资方式更加灵活

2.企业跨国经营棉铃的冲击与挑战?

(1) 价值观念多元性 (2) 行为方式的冲突性 (3) 经营环境的复杂性:一般环境;具体环境 (4) 文化认同的过程性

3.跨国公司不道德行为?

(1) 国际营销中双重标准问题 (2) 跨国投资员工本地化中的歧视问题 (3) 产业转移中的环境污染问题

4.产生不道德企业行为的微观方面原因?

(1) 企业对伦理道德的认识不足 (2) 企业短期行为 (3) 小团体利益高于社会利益 (4) 非伦理决策 (5) 压力 (6) 伦理领导缺位,个人道德责任感低 (7) 规范不清,赏罚不明 (8) 企业文化没有建立起来

5.产生不道德企业行为的宏观方面原因?

(1) 制度与立法体系不够健全 (2) 地方保护主义盛行 (3) 社会风气不良 (4) 金钱的压力和诱惑 (5) 整个社会对伦理道德的宣传、倡导不够

6.跨国公司应承担的社会责任?

(1) 有助于东道国和企业所在地方的经济发展 (2) 促进社会的稳定 (3) 保护企业所在地的环境 (4) 与地方政府和有关民间机构合作,努力促进当地人力资源开发,对科教文卫事业提供资金、技术、管理方面的支持

7.整合同化理论的特点?

(1) 整合同化理论可分为三个层次 (2) 是一个系统的理论,对于跨国企业文化、企业内部部门子文化均采用系统论的观点研究 (3) 它强调跨国企业必须主动进行内外部关系的整合 (4) 跨国企业应该具有动态性和发展性

8.企业实施跨国伦理关系整合战略必须注意的问题?

(1) 伦理关系整合战略必须符合企业发展的总体规划 (2) 伦理关系整合的关键是化解跨国经营中的文化冲突 (3) 伦理关系整合的着眼点是企业在跨国经营中所必须面对的全方位利益关系 (4) 伦理关系整合的目标是为企业创造和谐的生存空间

9.跨国公司伦理关系整合战略的终极目标—本土化

(1) 营销本土化 (2) 人员本土化:人才选聘本土化;本土员工的培训;本土员工的管理 (3) 采购和生产本土化 (4) 利益本土化

选择:

1.跨国公司与其他类型企业的区别:他以母国为基地,在国外设立子公司;制定并实施全球

更多资料下载: www.jsve.cn

战略; 经营活动多角化。

2. 跨国公司整合与东道国政府关系的方法: 了解政府, 熟悉政策; 沟通信息, 扩大影响 3.

碰撞期是跨国企业进行文化整合的实施阶段, 也是文化整合开始执行的阶段

4. 营销本土化伦理关系整合策略的核心是顾客关系策略

