



对外经济贸易大学
远程教育系列教材

企业伦理与文化 (第二版)

Business Ethics and Culture(Second Edition)

叶陈刚 主编

www.
uibe.com



清华大学出版社



对外经济贸易大学
远程教育系列教材

企业伦理与文化 (第二版)

Business Ethics and Culture(Second Edition)

叶陈刚 主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书综合运用现代管理学、信息经济学、制度经济学、文化学、行为科学、系统论、博弈论和伦理学的理论、思想与方法,体现实践调查研究与理论规范研究相统一、定量分析与定性论述相结合的风格,在查阅与研究中外大量文献资料的基础上,结合国内外社会经济生活中的实际情况和突出的企业伦理现象与企业文化活动,对企业伦理与文化理论及其应用问题进行全面探讨和分析,提出了一系列独到新颖的观点,构建了企业伦理与文化理论及其应用体系。本书适用于大学高年级与各专业硕士或远程教育相关课程的学习。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

企业伦理与文化/叶陈刚主编. —2版. —北京:清华大学出版社,2013.1

对外经济贸易大学远程教育系列教材

ISBN 978-7-302-30287-2

I. ①企… II. ①叶… III. ①企业伦理-高等教育-远程教育-教材 ②企业文化-高等教育-远程教育-教材 IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 237177 号

责任编辑:贺 岩

封面设计:盛嘉宝业

责任校对:宋玉莲

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:30.5 插 页:1 字 数:646千字

版 次:2007年10月第1版 2013年1月第2版 印 次:2013年1月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:35.00元

产品编号:048360-01

编审委员会

名誉主任 刘 亚

主 任 门 明

副 主 任 王丽娟 李福德

委 员 (按姓氏笔画排列)

丁志杰	于海纯	王 军	王 稳	王立非
刘 军	汤谷良	许德金	李景瑜	杨言洪
杨晓军	邹亚生	张凤茹	陈 进	洪俊杰
徐学军	黄健青	崔鑫生	彭向刚	彭秀军
韩 风	蒋先玲	董 瑾	鲍 禄	戴长征

总序 (第二版)

2012年正值对外经济贸易大学远程教育学院(简称“贸大远程”)成立10周年。10年来,贸大远程在组织结构、管理体制、招生网络、教学管理、技术平台、教材建设、课件开发等方面已形成了自己的特色。远程教育的名人名师战略、西部战略,以人为本、终身学习的服务理念,以及多元互动的国际化办学特色已在社会上产生了较大的影响力,成为业内公认、全国知名的优秀网院之一。2010年在全国远程教育十周年庆典表彰活动中,贸大远程一举荣获网络教育教材建设奖金奖、国家网络精品课程(网络教育)建设组织奖银奖、优秀网络课程推广奖银奖、优秀论文奖和远程教育贡献奖等五项大奖,成为全国69家现代远程教育试点高校获奖最多的高校之一,受到了教育部和全国高校现代远程协作组的充分肯定和高度赞誉。

《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020年)》强调指出:要“大力发展现代远程教育,建设以卫星、电视和互联网等载体的远程开放继续教育及公共服务平台,为学习者提供方便、灵活、个性化的学习条件”。中国现代远程教育经过十余年发展,为实现教育大众化、促进教育公平、加快教育教学改革、推进教育信息化等做出了重要贡献。在远程教育系统中,教材无疑是与远程学习者关系最为密切的一个要素。抓好教材建设是办好远程教育的一项十分重要的工作,应充分认识教材建设在远程教育工作中的必要性和重要性。近年来,随着现代远程教育工程试点工作的展开,作为教学资源建设的一个重要组成部分,远程教育教材的研发也越来越为各办学机构所重视。早在2006年,即“十一五”规划开局之年,贸大远程就率先组织本校具有丰富教学经验的优秀教师,以所开设的两个学历层次的七个特色专业为依据,以现有的导学课件为基础,编写了一套“对外经济贸易大学远

程教育系列教材”。本套教材共分为经济贸易、工商管理、法律、金融与会计、行政管理、外语、综合七大系列,全面覆盖贸大远程相关专业的上百门课程。到目前为止,本套系列教材已经编写出版了近90种,其中,《商品学》、《投资管理》、《公共关系学》、《经济法学》和《商务英语写作》先后被评为“北京高等教育精品教材”;《公文写作》、《世界贸易组织概论》、《大学英语》、《国际商法》等教材经多次重印仍畅销不衰。本套系列教材以品种全、质量高、成规模、销量大而著称,其选用者不仅限于贸大远程,而且涉及其他高校远程学院和培训机构;不仅在学校教学中发挥了重要作用,而且在社会上也具有良好的使用效果,产生了一定的社会效益和经济效益。

对于远程教育的教材而言,“质量与特色”是一个至关重要的问题。教材是否具有远程特色,是否适合远程学习者学习,直接关系到学习者的学习成效,也关系到远程教育的质量。贸大远程在系列教材的策划初期,就高度重视学生在开放教育环境中的个性化学习需求,突出成人教育和远程教育的教学规律,专门为远程学生量身定制。在系列教材的编写与出版过程中,学院高度重视教材建设,始终与作者和出版社保持密切联系,注重收集来自教师与学生的反馈信息,对教材进行及时有效的评价与更新,注重教材的系统性、针对性,确保教材的质量。在系列教材的使用过程中,随着国家政治经济形势的不断变化,国家法律、法规的不断颁布与修订,学科的不断发展与知识的不断更新,以及学习者需求的不断变化,贸大远程审时度势,及时根据学院“十二五”教材建设规划作出了对第一版系列教材进行修订再版的决定,以顺应形势的变化、学科的发展以及学习者的需求,适应学院事业发展的新战略。工作着眼点从追求教材的“数量与规模”逐渐转为注重教材的“质量与特色”,着力打造贸大远程优质教材品牌。

第二版远程教材的修订,除了要继续保持和发扬第一版教材在编写体例、结构形式、版式设计等技术层面的原有特色外,更加注重对教材内容及体系的更新和创新,使之更加突出现代远程教育人才培养模式与教学规律;更加体现远程课程体系、教学内容和教学方法方面的改革创新;更加注重理论联系实际和对学员应用能力的培养;更能适应成人教育对象业余学习并以自学为主的特点和需要。较之第一版教材具有更强的针对性、实用性和可操作性。现代远程教育的一个本质特征就是教的行为和学的行为在时空上的相对分离,并以计算机、多媒体、网络为主要媒体的教育形式。在这种新的教育体制下,传统的纸介质教材虽然不再是教学活动的主要媒介,但是在当前技术条件还十分有限的情况下,它仍然是远程教学活动必不可少的辅助工具。有鉴于此,本次远程教材的修订工作,更是有针对性地提出了交互性、一体化的修订策略。力争在导学教材自身的交互性方面有所突破,并力争在媒体建设上实现一体化。将纸质教材与多媒体教学资源有机结合,充分发挥远程教育电子媒体教学资源的优势,减少纸质教材的篇幅。纸质教材要求简洁明了、重点突出。在纸质教材讲清楚基本概念、基本知识、基本技能基础上,拓展阅读参考资料,将与课程内容相关的法律、法规、工具模板、操作范例等以多媒体网络资源的形式提供给学生。伴随第二版教材的修订工作,与

之相配套的导学课件也将进入新一轮的更新制作阶段。

一套教材只有经过市场的考验,不断修订、完善与更新,才能打造成为精品之作。随着第一版远程系列教材的出版,已经整整过去6年了,经过贸大远程广大师生两至三轮教与学的使用与实践,经过社会大众学习者多年的选用与检验,教材的组织者、编写者和出版者从中积累了丰富的编写与出版经验。随着学院对教材工作的更加重视,我相信在不久的将来,将会有一批体系更加成熟、内容更加实用、形式更加新颖的新版教材陆续问市。步入“十二五”新的历史发展阶段,贸大远程将与时俱进、不辱使命,本着对学生、对社会高度负责的精神,及时推出第二版远程教育系列教材,这是我们贸大远程人为推动中国远程教育的进一步发展所尽的一份教育者的责任。

“读书百遍,其义自见。”希望广大学员养成读书的好习惯,多读书,读好书,并且学以致用。衷心祝愿本套教材的修订再版能够进一步满足接受远程教育的广大学子日益增长的教育需求,伴随大家不断成长和进步。

对外经济贸易大学远程教育学院院长

2012年7月于北京

总 序

中国远程教育的发展经历了三代:第一代是函授教育;第二代是广播电视教育;20世纪90年代,随着现代信息技术的发展,以网络为基础的第三代现代远程教育应运而生。到目前为止,教育部批准开展现代远程教育试点的高校共67所。对外经济贸易大学远程教育学院(简称“贸大远程”)是在中国加入WTO后的第一年,2002年3月正式成立的。

现代远程教育作为新生事物,对传统的教学模式、学习习惯、获取新知的途径等产生了巨大的冲击。如何在网络时代打造学习型社会,构筑终身教育体系,是当今时代的重大课题,现代远程教育试点高校为此进行了许多卓有成效的探索。在网络教育的具体实践中,“贸大远程”始终坚持依托学校的整体优势和特色,坚持知识的内在逻辑性与职业、行业市场需求的统一,坚持开展面向广大在职人员的现代远程教育,逐步形成了独具我校特色的“7+1”学习模式(即网络课堂、网上答疑、课程光盘、教材资料、适量面授、网上串讲、成绩检测以及第二课堂活动),为学生个性化学习提供了广阔的空间。自2003年起,“贸大远程”连续3年蝉联新浪网、择校网、搜狐网和《中国电脑教育报》联合评出的全国“十佳网络教育学院(机构)”称号。值得一提的是,“国际贸易实务”课程荣获国家级奖项,“商务英语”等7门课程荣获北京市优秀教材一等奖和“精品课程”称号,另有10余门课程在全国性的远程教育课程展示会上获得大奖。

几年来丰富的现代远程教育实践和教学经验积累,为我们出版配套的“贸大远程”系列教材奠定了坚实的基础。目前,普通高等学校的现有教材并不完全适合远程教学,市面上真正用于现代远程教育的成规模的网络教材还不多见,与网络课件相配套的系列教材更是寥寥无

几,因此,为接受远程教育的莘莘学子专门设计符合他们需要的教材已成为现代远程教育发展的迫切需求。

基于以上原因,“贸大远程”按照学校一级教学管理体制,本着为社会、为学生服务的宗旨,致力于教学质量的保证和提高,特聘请了国际经济与贸易学院、金融学院、国际商学院、英语学院、公共管理学院等学院的优秀教师,以目前开设的两个学历层次的7个专业为依据,以现有的导学课件为基础,编写了这套远程教育系列教材。本套教材共分为外语、经济贸易、工商管理、法律、金融与会计、行政管理、综合7大系列,全面覆盖两个学历层次7个专业的上百门课程。为了打造“贸大远程”优质教材品牌,我们与清华大学出版社和对外经济贸易大学出版社达成协议,计划3年之内全部出齐。

本套教材在策划编写过程中,严格遵循现代远程教育人才培养的模式与教学客观规律,充分考虑到远程学生在职和成人继续教育业余学习的实际情况,专门为远程学生量身定制,具有较强的针对性、实用性和可操作性。本套教材的编写具有如下特点。

一、在教材体系和章节的安排上,严格遵循循序渐进、由浅入深的教学规律;在对内容深度的把握上,考虑远程教育教学对象的培养要求和接受基础,其专业深度比本科有所降低,基础面相对拓宽,不是盲目将内容加深、加多,而是做到深浅适中、难易适度。

二、在每章开篇给出明确的学习目标与重点难点提示,涵盖了教学大纲的重点或主要内容。相对于传统的学校教育,远程教育更倚重于学生的自学能力和自控能力。明确的教学目标有利于学生带着任务有目的地学习。同时,教材充分考虑到了学生学习时可能遇到的问题,给他们以提示和建议。由于本套教材的作者都是经过挑选的、具有长期教学经验的优秀教师,且大多数作者都来自远程教学的第一线,是远程网络课件的主讲老师,能够为学生提供比较丰富的、切中要害的问题解答,从而使远程学生在学习时少走弯路。

三、在章后和书后分别设置“同步测练与解析”和“综合测练与解析”栏目,涵盖了各章及本书的重要知识点,并给出了详尽的参考答案,对难题还进行分析点评,列出解题思路与要点,更加方便学生自学。测验是检验教学目标是否达到的有效手段。远程学生是在虚拟的网络课堂上课,远离教师,处于相对独立的学习环境;教师不能通过直接交流了解学生对学习内容的掌握情况;学生也由于与教师、同学之间的分离,无法判断自己的学习状况。针对这种情况,我们在教材中设置了大量自测自练题目。旨在通过这种自测自练方式,积极引导及时消化和吸收所学知识,不断加深对教材内容的理解,阶段性检查学习效果,全面复习和掌握所学知识,综合评判自己对知识的掌握程度,巩固最终学习成果。

四、考虑到有些专业课程具有较强的社会实践性,在教材的编写上也力争做到理论联系实际,注重案例的引入。尽可能安排一个或多个案例,并进行详细的分析讲解。旨在通过案例教学,对课程重点、难点进行深化分析和实际操作训练,加强学生对知识点的理解和记忆,强化学生分析问题、解决问题的能力以及动手操作能力。

在本套教材的编写与出版过程中,我们得到了众多业界专家学者的真诚理解与支持,得

到了清华大学出版社与对外经济贸易大学出版社的通力合作,在此向他们一并致以衷心的感谢。在前所未有的战略机遇期和“十一五”期间,相信本套教材的出版,必将是全国远程教育界一件很有意义的事情。衷心祝愿现代远程教育在建立学习型社会、构筑终身教育体系的进程中,在推动中国教育事业向现代化大教育形态的历史转变中,迈出更大、更坚实的脚步。

对外经济贸易大学远程教育学院院长

谢毅斌

2006 年 7 月于北京

前言

“德治”是长期以来中国治国安邦的优良传统,创造并维护着光辉璀璨的上下五千年中华文明。“仁、义、礼、智、信”、“信内求财”、“温良恭谨让”、“让中取利”等伦理道德文化,使我们炎黄子孙沐浴在中华民族礼仪之邦的灿烂阳光之中。而“以德治国”和“依法治国”相结合的治国方略,是在全面而深刻地总结古今中外治国经验的基础上得出的科学结论,是对建设具有中国特色社会主义市场经济规律性认识的升华。毫无疑问,这对加强我国经济管理与企业伦理文化建设工作的“法治”与“德治”,充分发挥企业伦理与文化的职能作用,也有着特别重要的理论价值与指导意义。

纵观历史,西方哲学奠基人康德很早就感受到“世上最奇妙的两种东西长期震撼我的心灵,那就是我们头上浩瀚的灿烂星空和我们心中神圣的道德准则”。18世纪,以《国富论》闻名天下的英国经济学代表人物亚当·斯密,在其倾注了一生大部分心血的名著《道德情操论》中就向世人强调:人在追求自身物质利益的同时要受道德观念的约束,不可伤害他人,而要帮助他人,人既要“利己”也要“利他”,“利他”是最大的“利己”与最好的“利己”,学会“利他”,才能最终真正实现“利他”与“利己”的双赢。道德与正义对社会乃至市场经济的运行至关重要^①。19世纪西方思想家傅立叶明确指出,伦理协作是普遍的完善,在经营制度上有极其光辉的一面。他把物质利益与情感的平衡视为善与美、有益与愉快的关系^②。德国当代著名社会学家马克斯·韦伯则表示:一个充满理性,秩序井然的社会,首先要有精神秩序,然后才

① [英]亚当·斯密. 道德情操论. 北京:华夏出版社,2005

② 宋希仁. 西方伦理思想史. 北京:中国人民大学出版社,2004:475-486

有政治和法律秩序;精神秩序的形成有赖于企业伦理道德和社会诚信形象的完善^①。西方国家数百年市场经济发展历史表明:企业伦理道德对市场经济健康运行具有重要意义,因为诚信与道德是市场经济和企业发展的基石。

自古以来,诚实守信是中华民族的传统美德,但是,近年来我国经济社会各领域却出现了较为普遍和严重的诚信缺失现象,且有愈演愈烈之势,其已经成为当前迫切需要解决的一个重大问题,有调查显示九成人曾经历不诚信事件,解决诚信缺失关键要建立社会诚信体系并对其加以治理。社会诚信主要包括个人诚信、企业诚信和政府诚信。个人诚信缺失已渗透到人们生活的方方面面,诚信缺失行为例如说假话、考试作弊、买卖假证件、学术造假、偷逃税款、骗取保险等,不一而足。在经济活动中,企业不讲诚信的现象更为突出,如恶意逃避银行债务,进行虚假宣传,进行虚假承诺,随意毁约,财务信息严重失真,会计报表大量注水,审计报告有失公允,制售假冒伪劣产品,拖欠克扣员工薪水,坑害欺骗消费者等。政府诚信缺失主要表现在一些地区和部门政策多变、不守承诺、随意性大、暗箱操作,一些干部弄虚作假、欺上瞒下、买官卖官、官商勾结、监守自盗、贪污腐败等。

无论个人还是企业违反诚信规则无异于饮鸩止渴,不仅毁了自己,还会危害社会。前联合国秘书长安南(现任联合国企业社会责任及全球契约委员会主席)认为企业伦理、正确处理商业关系中的伦理问题,在当前显得越来越重要。在他看来,由2008年美国次贷危机引发的全球金融危机,从本质上看,是华尔街金融寡头商业伦理泯灭的结果^②。美国学者理查德·比特纳在其著作的导读中认为,美国的次贷市场真是一个缺失“上帝之城”秩序的“地狱之城”,“次贷市场的很多经纪商是骗子、流氓、无赖、妓女、恶棍,他们形成了混乱的交易网,反映了交易背后的利益勾连,造成美国次贷危机的罪魁祸首就是贪婪、欺诈和无知”。^③一位现代圣哲更明确道出:人的自私、贪婪、愚昧、无知和人善良的本性交织在一起,无知地造就着自己将要承受的一切,正在吞噬着社会。世界上各种社会问题百出,危机四伏,人类不知从自己的本性上找原因,看不到道德败坏后可怕的人心才是社会问题的毒根,人类总是愚蠢地从社会的表现上找出路。这样一来,人类怎么也想不到人类给自己制造一切所谓出路,正是在封闭自己,自己由此更无出路,随之而来的新问题会更糟。

可以说,当代社会已经陷入一种深刻的道德危机的困境之中。这必须引起全社会的关注,也迫使我们必须建构出新的道德规范体系,以重振健康的社会道德风貌,从而重现浩瀚的灿烂星空。同时,我们应该看到,加入WTO(世界贸易组织)后,我国金融业、服务业、加工业、农业等领域面临的竞争可以被看做人力资源使用效率的竞争。促使人力资源发挥超常规的效率,就必须以道德为依托。事实上,对大到整个民族的凝聚力,小到调动人们工作的

① [德]马克斯·韦伯.新教伦理与资本主义精神.成都:四川人民出版社,1986

② 安南,2008年10月15—16日,致在北京由对外经济贸易大学国际经济伦理研究中心组织召开的《开放和责任——中国开放30周年及全球化企业伦理国际研讨会》的贺信。

③ [美]理查德·比特纳.贪婪、欺诈和无知——美国次贷危机真相.北京:中信出版社,2008

积极性,道德都可以产生超常规的作用。

诚信建设,企业先行。诚信是企业发展的立身之本,也是企业文化和企业价值观的核心理念。技术、人才、资金可以引进,但是诚信不能引进,要靠企业自身积累。经营企业就是经营信用,不讲诚信的企业,注定无法做大,无法长久。加强企业伦理与文化建设的目的是促使企业员工不断追求崇高的企业伦理与文化观念,达到更高的企业道德境界,锻炼出高尚的企业道德品质,从而在工作的时候,廉洁奉公、忠于职守、勤俭理财、全心全意为人民服务。

对外经济贸易大学远程教育学院为了配合企业伦理与文化建设,决定在本科阶段开设“企业伦理与文化”课程,这的确是一项卓有远见的决定。因而也就迫切需要一本系统介绍国内外企业伦理与文化基本状况的教材,本书完成的正是这一任务。本书综合运用现代管理学,信息经济学,制度经济学,行为科学,系统论,博弈论和伦理学理论、思想与方法,体现实践调查研究与理论规范研究相统一、定量分析与定性论述相结合的风格,在查阅与研究中外大量文献资料的基础上,结合国内外社会经济生活中的实际情况和突出的企业伦理现象与企业文化活动,对企业伦理与文化理论及其应用问题进行全面探讨和分析,提出了一系列独到新颖的观点,构建了企业伦理与文化理论及其应用体系。本书于2007年首次出版以来广受欢迎,得到使用院校师生的一致好评,根据出版社与学校的意见,我们更新了大量内容与资料,现推出第二版。

本书讨论的问题涉及道德问题中最核心的部分。这些对于企业员工来说是致命的道德困境问题,对于其他专业人员乃至一切从事经济与管理活动的人员来说也都可能是难以回避的迟早要面对的问题。希望本书能够使读者进一步认识到伦理道德问题的深刻意义以及企业伦理与文化重建过程的长期性与艰巨性,并把人格信誉、行业自律和职业操守当做自己的生命一样永远珍惜。

本书由对外经济贸易大学企业伦理与文化研究中心主任、博士生导师叶陈刚教授主编、设计章节大纲,并修改定稿全书;本书副主编由高等教育出版社经济管理分社张冬梅社长、中国地质大学(北京)人文经济管理学院吴永民博士担任。本书各章的具体执笔分工如下:第一章叶陈刚,第二章吴永民,第三章张冬梅,第四章叶淑林,第五章叶陈刚、曹波,第六章叶志伟,第七章叶陈刚,第八章肖国印、范吕,第九章韩静、王倩,第十章叶陈刚,第十一章杨娜、陈乐乐,第十二章吴永民。本书在写作过程中,得到了对外经济贸易大学副校长、博士生导师张新民教授的指导;本书也参阅、使用了不少其他专家学者的文献资料;本书的出版得到清华大学出版社贺岩编辑的直接帮助,在此一并表示真诚的感谢。

由于本书选题属于现代管理学科前沿领域,可供借鉴与参考资料有限,撰写难度较大,加之撰写本书时间较紧,任务繁重,工作量大,书中难免存在疏漏与不妥之处,欢迎读者批评指正。

叶陈刚于北京惠园
2012年5月2日

目 录

第一章 绪论	1
导读	2
第一节 升华企业伦理道德与文化水准	3
第二节 伦理道德与文化理念及其功能	8
第三节 企业伦理与文化的特征和构成	19
第四节 企业伦理与文化的内容要素	32
第五节 企业文化建设的主体、思想与程序	36
案例分析	52
同步测练与解析	54
第二章 企业伦理与文化概念框架	58
导读	59
第一节 企业愿景与企业使命	60
第二节 企业哲学和企业价值观	69
第三节 企业精神和经营管理理念	78
第四节 企业形象和物质文化	86
第五节 企业灵魂人物的信念与魅力	93
案例分析	101
同步测练与解析	102
第三章 企业行为的道德透视与现实反思	105
导读	106
第一节 契约经济、道德契约与信用机制	108
第二节 权钱交易、不公正经济与会计假账的关联分析	111



第三节 企业道德行为的现实价值	115
第四节 企业失德行为的伦理思考	123
第五节 企业伦理道德问卷调查与现实反思	126
案例分析	143
同步测练与解析	144
 第四章 企业伦理道德文化原则设计	147
导读	148
第一节 企业推行集体主义原则,打造优秀企业团队	149
第二节 诚实守信原则:企业经营之灵魂	154
第三节 现代企业的义利统一原则	158
第四节 公平与效率兼顾原则	163
案例分析	167
同步测练与解析	170
 第五章 企业道德责任与社会责任	173
导读	174
第一节 企业社会责任的本质:道德责任	175
第二节 企业社会责任的理论基础与内容要求	180
第三节 企业社会回应与社会表现	188
第四节 企业社会责任的评价体系	195
案例分析	203
同步测练与解析	204
 第六章 企业资源环境责任与可持续发展	207
导读	208
第一节 企业与环境:保护环境与经济同步发展	209
第二节 全国范围的 451 份资源环境责任问卷调查分析	212
第三节 企业履行资源环境责任的严峻挑战与历史机遇	217
第四节 企业履行资源环境责任实现可持续发展的内在动力	222
第五节 企业履行资源环境责任实现可持续发展的政策建议	227
案例分析	235
同步测练与解析	237

第七章 企业内部管理道德规范	240
导读	241
第一节 企业与股东:投资者是企业的上帝	242
第二节 董事会、独立董事与监事会的道德责任	250
第三节 企业经理层道德人格的塑造	260
第四节 企业与员工:同舟共济 风险共担	268
案例分析	278
同步测练与解析	279
第八章 企业对外经营道德规范	282
导读	283
第一节 企业与购销客户:顾客就是上帝	284
第二节 企业与竞争者:互惠互利,实现双赢	292
第三节 企业对国家:遵纪守法,及时足额纳税	300
第四节 企业在社区:热心慈善与公益活动,做优秀企业公民	304
案例分析	319
同步测练与解析	321
第九章 企业会计与审计诚信文化	323
导读	324
第一节 企业会计与审计诚信文化的社会环境	325
第二节 企业会计诚信文化	327
第三节 注册会计师审计诚信文化	336
第四节 企业内部审计监督文化	342
案例分析	349
同步测练与解析	350
第十章 企业文化实践活动	354
导读	355
第一节 企业文化行为的选择	356
第二节 大力开展企业文化教育	361
第三节 企业文化修养实践原则与方法	367
第四节 企业文化境界与快乐指数	371
案例分析	375



同步测练与解析	377
第十一章 企业文化比较与借鉴	380
导读	381
第一节 中国的企业文化	382
第二节 美国的企业文化	388
第三节 日本的企业文化	393
第四节 欧洲国家的企业文化	399
第五节 跨文化管理实施	407
案例分析	417
同步测练与解析	418
第十二章 企业文化与和谐社会发展	421
导读	422
第一节 企业忠诚管理与诚信文化	422
第二节 企业文化与企业核心竞争力	429
第三节 企业文化与循环经济	436
第四节 企业文化与和谐社会	441
案例分析	447
同步测练与解析	450
参考文献	453
综合测练与解析	455
综合测练与解析(一)	455
综合测练与解析(二)	460