名词解释：

第一章：

伦理：“伦”是指人、组织、社会、自然之间的关系，“理”即道理、规则和原则。“伦”与“理”合起来就是处理人、组织、社会、自然之间利益关系的行为规范。

道德：道是指规范，德是对该种规范的认识、情感、意志、信仰以及在此基础上形成的稳定的和一贯的行为。

伦理相关行为：伦理相关行为是指受一定意识支配且涉及有害或有利于他人或社会的行为，是有道德意义、可以进行道德评价的行为。

伦理无关行为:伦理无关行为不受一定的意识支配或不涉及有害或有利于他人或社会的行为，是无道德意义、不能进行道德评价的行为。

不道德行为：不道德行为是指伦理上不可以接受的行为，一般来说，是有害于他人、社会的行为。

合乎伦理的行为：合乎伦理的行为是指伦理上可以接受或值得赞赏的行为，一般来说，是有利于或无害与他人或社会的行为

底线伦理：底线伦理是指基本的道德义务，或者说基本的道德行为规范。它意味着某些基本的不应逾越的行为界限或约束。

道德理想：道德理想是人们为之奋斗的、超越基本道德义务的目标。

利益相关者：利益相关者是指可能对组织的决策和活动施加影响或可能受组织的决策和活动影响的所有个人、群体和组织。投资者、员工、顾客、供应商、政府、社区、公众、竞争者都是企业的利益相关者。

企业伦理：企业伦理就是调节企业及其成员与利益相关者关系的规范，包括四个方面:企业伦理是关于企业及其成员行为的规范；企业伦理是关于企业经营活动的善与恶、应该与不应该的规范；企业伦理是关于怎样正确处理企业及其成员与利益相关者关系的规范；企业伦理是通过社会舆论、内心理念和内部规范来起作用的。

企业道德：企业道德不是个体成员的道德的简单之和或个体成员道德的平均水平。企业的道德主要由两部分组成：员工的道德品质和企业整体的道德，后者主要通过企业道德文化表现出来。

道德品质：道德品质包含道德意识和道德习惯，而道德意识又包含道德认识、道德情感、道德意志、道德信念。

道德认识：正确的道德认识要求员工能在纷繁复杂的现实中作出正确的道德判断、评价和选择。

道德情感：当道德认识转化为内在的情感时，才会对人们的行为和举止产生深刻的影响，推动人们主动趋善避恶，追求自己情感上尊崇向往的美德，反对情感上无法接受的恶行。

道德意志：员工在履行企业道德所规定的各种义务时，往往会受到来自多方面的困难和阻力。在这些情况出现时，如果没有坚定的道德意志，就可能在行为选择时放弃初衷，在行为过程中知难而退，甚至屈服于外部压力和眼前利益，做出不道德的事情。

道德信念：道德信念是深刻的道德认识、强烈的道德感情和坚定的道德意志的有机统一，是促使人们把道德认识转化为道德行为的内在动力。

道德习惯：一个员工若养成了企业道德习惯，那么，其行为无需外来监督就能符合企业所推崇的道德原则和规范。

描述伦理学：描述伦理学采用社会研究方法对道德对象进行客观描述、归纳和分类，找出有规律的东西。各种道德史，某些社会道德状况的调查报告，不同道德体系、准则、现象等的比较，都属于描述伦理学的内容。

规范伦理学：规范伦理学的目的是建立一种紧密联系的道德体系，其任务主要有以下三个方面：将一个社会的道德中各种标准、规则以及价值观念融合为一个互相联系的整体；寻找能派生出各种具体道德标准的基本原则；通过各种方式对道德的基本原则进行合理的论证与判断。

元伦理学：元伦理学侧重于分析，又称分析伦理学。它的工作主要有两个方面：一是探讨道德术语的含义；而是考察道德推理的逻辑和伦理规范的证明。

第二章：

不完全竞争：价格既定、产品同质、要素自由地流动、信息充分的市场是完全竞争市场，受完全竞争驱动的经济导致投入和产出达到一种有效率的配置。一种有效率的经济处于其生产可能性边缘上。但是，一旦出现不完全竞争，社会就可能向其生产可能性边缘的内部移动。

外部效果：外部效果包含积极的效果和消极的效果。积极的效果如企业的科学研究、知识、技能培训间接地提高了科学技术水平和人员的素质，施惠于社会和他人，消极的外部效果包含工作条件差、假冒伪劣或不安全的产品和污染。

价格信号失真：自由经济模型认为利润最大化的同时，个人偏好的满足也达到最大化。但是，并非每个人都带着确定的、现成的偏好进入市场。即使我们假定价格有时的确能够反映个人的偏好，但它仍然无法说明什么是有道德价值的偏好。社会中很大一部分人( 穷人及其他处于不利条件的人)的需要没有得到满足，因为他们不能充分地参与市场。由此产生了价格信号失真。

底线责任：底线责任，亦可称之为完全责任，是强制的责任。达不到底线责任要求，应该受到批评、谴责；达到了底线责任要求，既不该表扬，也不该指责。

超越底线责任：超越底线责任，亦可称之为不完全责任，是自愿的。积极履行超越底线责任，应该受到肯定、赞扬。

企业社会责任：企业社会责任是是指企业为了维护和增进利益相关者的正当权益、造福于社会而应当对利益相关者和社会整体承担的包括底线责任和超越底线责任在内的综合责任。

企业慈善：公司慈善是社会责任的内容，但它不仅不是社会责任的全部，甚至不是主要的部分，它是企业承担的自行处理的责任。

企业公民：企业公民是满足企业对包括员工、股东、顾客、供应商以及社区在内的利益相关者的责任的活动。

可持续发展：可持续发展是这样的发展，它满足当代的需求，而不损害后代满足他们需求的能力，即指经济、社会和环境的协调发展。

企业创业：企业创业是用创新的方式整合和运用资源以寻求促进社会变革或解决社会问题的机会的过程。创新性和社会性是社会创业的两个关键特征。

企业社会响应：企业社会响应是企业对社会期望的反应，是企业履行社会责任的策略和过程。

企业社会业绩：企业社会业绩是企业履行社会责任和采取社会响应策略的结果，是企业履行社会责任的表现。

企业伦理责任：企业伦理责任，是指企业在从事各项活动时，应当合乎伦理地对待利益相关者和社会，并承担没有达到伦理要求的后果。

市场调节：通过市场调节，生产者获得正常的平均利润，实现了利润最大化；消费者购买到价格最合理的商品，实现效用最大化；市场达到了资源有限配置的最佳状态。但市场调节也存在不完全竞争，外部性，价格信号失真等局限性。

法律调节：法律作为通过国家机器强制执行的社会的价值观和准则，是调节人类行为的强有力工具。但法律的局限性表现在：所要规范的行为有限、只能惩恶不能劝善、立法滞后、不可能面面俱到、有漏洞和实施上有难度。

公民社会调节：在政府失灵和市场失灵的社会背景下，人们寻求政府和市场之外的机制，以解决政府和市场不能很好解决的问题，这就使得第三部门的介入成为可能和必要，这第三部门就是公民社会。公民社会通过参与和集体行动进行规范。公民社会能发挥独特的作用，一定程度上弥补了市场调节和政府监管的不足。同时，公民社会监督也有局限性。首先，公民社会进行监督所依据的社会习俗和规范未必总是合理的；其次，实施上也会有困难。

企业道德自律：企业道德自律是指企业自觉地去做符合伦理的事情，不做违背伦理的事情。也就是说，既是一个企业确信能逃脱市场的、法律的、行政的、舆论的责罚，只要认为是不符合伦理的，仍然不去做。

第三章：

道德评价：依据一定的伦理标准对人、行为、制度等所做的对与错、好与坏的评价。

事前评价：决策都是有意识的，而且大多数情况下会对他人产生厉害影响，因此，

需要对角色做伦理分析。

事后评价：人们应该对自己和他人的行为进行回顾和总结，好的行为应该得到肯

定、表扬，一边鼓励自己或他人从事该行为，不好的行为，应该受到批评、谴责，以减少和避免此类行为发生。

道德评价的主观性：由于评价标准不同，对同一行为的评价结果也会存在差异，甚至可能截然相反。

道德评价的客观性：道德行为的对错不能以个人的看法为依据，而应该取决于是否符合适当的伦理标准和道德法则；伦理标准的有效性取决于它的合理性。

道德发展阶段：一个人在成长过程中逐渐形成了一定的道德观念，分为前习俗层次、习俗层次和后习俗层次三个层次。

结果论：主张以行为所造成的结果作为评论行为对错的标准。

道义论：主张以义务作为评价道德的依据，认为义务独立于行为结果而存在，一种行为对或错是因为它具有特定的性质，或属于特定的种类。

功利主义：当且只有当行为所产生的总效用大于行为主体在当时条件下可能采取的任何其他行为所产生的总效用时，该行为才是道德的。

显见义务：显见义务由罗斯提出的，是绝对不可违反的，在冲突的情况下，人们需要决定那个义务压倒其他义务。即使在具体情形下被其它义务所盖过，显见义务总是客观存在的。共有7中基本的显见义务：忠诚义务、赔偿义务、感恩义务、公正义务、行善义务、自新义务、不伤害义务。

消极的权利或自由的权利：每一项权利都要求我们履行不干涉他人的义务，如隐私权，生命不被剥夺权，处置私有财产权等。

积极的或福利的权利：要求我们主动地帮助人拥有某种东西或帮助他做什么事，包括受教育的权利，取得食物的权利，医疗服务的权利，住房的权利，工作的权利等。

交易公正：交易信息对交易双方充分透明；交易双方出于完全自愿的目的进行交易；交易双方均可从交易中获益。

程序公正：普惠性，社会所有成员受益；平等性，不能因人而异因事而异；参与性，多方参与；公开性，信息透明；科学性，保证信息真实充分和必要的评估修正机制。

分配公正：指相同的人应该受到相同的对待，不同的人应该受到不同的对待。在与某种对待有关的所以方面都相似的人们，应该享受相似的利益和分担相似的负担，即使在其他方面他们是不同的；而在与某种对待有关方面是不同的人们，则应该根据差异的程度区别对待。

惩罚公正：是指对一个做错事情的人怎样惩罚才算公正的问题。这包括：在什么样的情况下可以免除道德责任，在不知情和无能力的情况下不承担道德责任；确实做错事情的人才应该是受惩罚的人；惩罚必须是一贯的，与所做事情是相称的。

补偿公正：一个人损害了另一个人，则加害者有道德义务给受害者某种补偿

美德：是习得的、体现在个人行为习惯中的，构成道德高尚的人的特征的一种品质。

简答：

1. 什么是伦理？

伦理是处理人、组织、社会、自然之间利益关系的行为规范。

1. 什么是道德？

道德包含三方面的内容：道——（道德）规范；德——对规范有所得，表现为（道德）认识、情感、意志、信仰和习惯等；以及由“道”转化为“德”的途径与方法，即（道德）评价、教育、修养等。

1. 企业行为是伦理相关行为还是伦理无关行为？为什么？

企业行为是伦理相关行为。

因为企业的几乎所有行为，都是受一定意识支配且涉及有害或有利于他人或社会的行为，因而是伦理相关行为，即是具有道德意义、能够进行善恶评价的行为。

1. 什么是不道德行为？

不道德行为是指伦理上不可以接受的行为，一般来说，是有害于他人、社会的行为。

1. 什么是合乎伦理的行为？

合乎伦理的行为是指伦理上可以接受或值得赞赏的行为，一般来说，是有益于或无害于他人、社会的行为。

1. 区分底线伦理与道德理想有何意义？

（1）底线伦理是指基本的道德义务，或者说基本的道德行为规范。它意味着某些不应逾越的行为界限或约束。

（2）道德理想是人们为之奋斗的、超越基本道德义务的目标。

（3）如果我们只把先公后私、先人后己、无私奉献看作是合乎道德的话，那么，我们不是在密切而是在疏远道德与普通人的关系，我们不是在强化而是在削弱道德的作用；相反，如果我们否认高尚道德的存在，就看不到人性的光辉，就会迷失努力的方向。

1. 谁是企业的利益相关者？

企业的利益相关者是指在企业经营中拥有一种或一种以上利益的个人或群体。

投资者、员工、顾客、供应商、政府、社区、公众、竞争者都是企业的利益相关者。

1. 为什么说企业是道德行为主体？

企业是道德行为主体，是指企业能够而且应该讲求伦理，能够而且应该承担道德责任。

（1）讲求伦理就是在行为过程中遵守道德规范。企业可以通过多种途径，把基本道德规范融合到企业目的、企业文化、企业战略、企业结构、企业制度中，融合到计划、控制系统中，融合到日常活动中。

（2）企业能够承担社会责任。尽管企业本身不会存在耻辱感或良心的谴责，但是，道德处罚对企业仍然起作用。社会舆论谴责的直接后果是企业形象受损，而企业形象受损必然导致企业绩效下降。舆论监督与经管业绩有如此密切的关系，企业不会对此等闲视之。而说到经济赔偿，则企业比个人往往更有能力，可见，企业能够承担道德责任。

1. 什么是企业伦理？
2. 什么是企业道德?
3. 企业伦理学的分析性研究典型地研究那些问题？
4. 企业伦理学的规范性研究典型地研究那些问题？
5. 企业伦理学的描述性研究典型地研究那些问题？

描述伦理学采用社会研究方法对道德现象进行客观描述、归纳和分类，找出有规律性的东西。各种道德史，某些社会道德状况的调查报告，不同道德体系、准则、现象等的比较。

1. 为什么说学习企业伦理学有助于成为有效的管理者？

书本21页中间

1. 为什么说学习企业伦理学有助于成就卓越的企业？

书本21页下面

1. 有人说,“现实中没有企业能完全按照伦理要求来经营，因而学习企业伦理学没有意义”,你对此有何评价？
2. 密尔顿·弗里德曼所说的游戏规则包括哪些内容？

游戏规则即指公开的，自由的，没有诡计与欺诈的竞争。

1. 阿基·B.卡罗提出了哪四种责任，怎么看待这四种责任之间的关系？

卡罗提出了经济责任，法律责任，道德责任，慈善期望等四种责任。这四个责任模型实际上是一个利益相关者模型。它们之间存在着交叉和重叠，而不是相互独立的，但也不是并列和递进关系。

1. ISO是如何定义社会责任的？

ISO定义：组织的社会责任是通过透明和道德行为，组织对其活动给社会和环境带来的影响承担责任。

1. 企业社会责任有哪四个基本问题？

谁负责，对谁负责，负责什么，负责到什么程度是企业社会责任的四个基本问题。

1. 为什么说企业应该对利益相关者负责？

企业对利益相关者负责是因为企业的所有行为都是和利益相关者有关的，一个有社会责任感的企业应该对利益相关者负责，平衡利益相关者的利益。

1. 为什么说企业应该对社会负责？

对社会负责是因为企业存在于社会中，要想长足发展，就要考虑社会的影响，促进社会环境的发展，才能造福社会。

1. 企业应该对利益相关者负责什么？

对利益相关者夫负责就是要维护和增进他们的正当权益。

1. 企业应该对社会负责什么？

对社会负责就是要考虑企业一举一动对社会整体的影响，好包括政治，经济，文化，技术，环境等影响，使企业对社会施加尽可能多的正面影响，尽可能少的负面影响。就是要造福社会。

1. 什么是底线责任?

底线责任，亦可称之为完全责任，是强制性的责任，是最基本的责任要求。达不到底线责任的要求，应该受到批评谴责；仅仅是达到了底线责任要求的行为，不该表扬也不该指责。

1. 底线责任即法律责任吗？

1.底线责任不等同于法律责任。

2.法律责任是指不违反法律而做出的行为，即尊重法律。底线责任，亦可称之为完全责任，是强制性的责任，是最基本的责任要求。

3.底线责任包含法律责任，但不等同于法律责任。法律对企业行为的调控本身就是具有局限性的，不可能面面俱到，一个企业没有触犯法律，并不代表着它就承担起了对社会和对利益相关者所应当承担起的全部底线责任。

1. 什么是企业社会责任？

企业为了维护和增进利益相关者的正当权益、造福于社会而应当对利益相关者和社会整体承担的包括底线责任和超越底线责任在内的综合责任

1. 企业慈善与企业社会责任是什么关系？

慈善活动不仅不是社会责任的全部，甚至不是主要的部分，它是企业承担的自行处理的责任。

1. 把企业社会责任等同于慈善活动有何不妥？

慈善不是企业社会责任的核心.因为有的公司慈善做得多,但企业经营的日常活动却严重损害利益相关者和社会整体的正当权利.

1. 企业公民与企业社会责任是什么关系?

企业公民和企业社会责任之间的关系有两种观点:

一是企业公民局部观,即企业公民是社会责任的一部分.

二是企业公民等同观,即企业公民等同于社会责任.

在目前的应用上，更常见的情形是，企业公民包含的内容与企业社会责任几乎是等同的。

1. 什么是可持续发展？它与企业社会责任有何关系？

它满足当代的需求，又不损害后代满足他们需求的能力。它是指经济、社会和环境的协调发展。

可持续发展不仅是政府的责任，作为微观经济主体的企业也负有不可推卸的责任。企业应对经济、社会、环境协调发展承担相应的责任。

1. 什么是社会创业？它与企业社会责任有何关系？

社会创业是用创新的方式整合和运用资源以寻求促进社会变革或解决社会问题的机会的过程。社会创业针对被社会忽视的弱势社会人群。它以社会利益为优先目标，社会创业把传统创业手段与改变社会的使命结合起来。

都有造福于社会的目的。

1. 什么是企业社会响应？它与企业社会责任有何关系？

企业社会响应指的是企业对社会压力做出反应的能力。企业社会响应是企业对社会期望的反应，是企业履行社会责任的策略和过程。

1. 什么是企业社会业绩？它与企业社会责任有何关系？

20世纪70年代末企业社会业绩引起较多讨论 1979阿基B卡罗三维概念模型社会责任社会响应策略和涉及的社会或利益相关者问题。还有三个模型 学者们试图通过企业业绩概念把企业社会责任企业社会响应等概念整合起来，但从字面上说 企业社会业绩是企业履行社会责任的表现。

1. 什么是企业伦理责任？

指企业在从事各项活动时 应当合乎伦理地对待利益相关者和社会并应当承担没有达到伦理要求而引起的后果。

1. 企业在社会中的存在理由是什么？

（1） 企业是社会存在物，是社会的一个细胞。

（2） 企业是社会资源的受托管理者，企业应该为创造更加美好的社会而合理运用资源，而不是所有者利润最大化。

（3） 企业的道德使命就是运用所能获得的想象力和创造性，为人类世界更加美好而创造产品、服务和机会。

1. 在现代社会中，企业有哪些影响力？

1、经济影响力：是企业通过对资源特别是物质财富的控制来影响事件、活动和人们的能力，是一种获得资源并把他们转换成产品和服务的能力。

2、文化影响力：是影响文化价值观、社会结构，比如家庭、风俗、生活方式及个人习惯等能力。

3、对个人的影响力：企业直接对于内部环境中的员工、经理以及股东的作用，也包括对于消费者和居民的作用。

4、技术影响力：是在技术发展过程中，对技术的发展方向、发展速度、特征等影响能力。

5、环境影响力：是一个公司的行为对自然的影响能力。

6、政治影响力：是影响政府决策的能力。

1. 市场调节有何局限性？

市场存在缺陷，不足以引导人们去实现公共的最好福利。具体来说：

1.不完全竞争。企业追求自身利益，利益相关者及社会利益得到维护和增加，是要有条件的，而市场是完全竞争的这一条件在现实中几乎不存在。

2.存在消极的外部效果，包括工作条件差，假冒伪劣或不安全的产品，污染等。

3.价格信号失真

1. 法律调节有何局限性？

1.法律所要规范的行为有限。

2.法律只能惩恶。不能劝善。

3.立法滞后。

4.法律不能能面面俱到。

5法律有漏洞。

6.实施上有难度。

1. 公民社会调节有何局限性？

①公民社会通常依据社会习俗与规范来进行监督，而社会习俗与规范未必总是合理的

②实施上存在困难，民间组织由于自身力量有限且缺乏强有力的约束力，对调节企业常显得力不从心

1. 什么是企业道德自律?

企业自觉地去做符合伦理的事情，不做违背伦理的事情，即即使一个企业确信能逃脱市

场、法律、行政、舆论的处罚，只要认为是不符伦理的，仍然不去做

1. 为什么说企业道德自律是可能的？

由于企业行为归根到底是人的行为，所以企业道德自律可能与否，首先要看个人道德自律是否可能

人是自利的但并非自私的

由于损人使人不快，利他使人快乐，而趋乐避苦是人的本性，所以对于自利的人，利他与避免损人至少在一定程度上是可能的

损人使人不快，利他使人快乐之因：

①人有同情心

②人一旦建立了行为对错的标准，若做了不符标准之事便会内疚，否则会愉悦

说人有道德自律的可能，并不是说其在任何压力与诱惑面前都能自律，也不是说人人自律程度相同，只是说一定程度的道德自律是可能的

因此，个人可能道德自律，而由于企业决策归根到底是人做的，所以企业也可道德自律

1. 有人说，“密尔顿·弗里德曼反对企业履行社会责任”，你对此有何评价？

弗里德曼认为，企业有且仅有一种责任，即在游戏规则范围内为增加利润而运用资源、开展活动。其的确明确反对企业履行社会责任，强调管理者只应对所有者负责，认为企业的社会责任就是追求利润最大化，因此常受批判

但在评价其观点时需注意：

其反对怎样的社会责任——反对的是为解决社会问题而从事的活动

其是否只考虑利润最大化——其强调在游戏规则而非无约束条件下追求利润最大化

其是否认为不违法即可——其提出的游戏规则除法律外还包括伦理习惯中的社会准则

1. 有人说，“企业能活下去就是履行了基本的社会责任”，你对此有何评价？

反对

企业的底线责任，是不有意做任何有损于利益相关者之事，且在的确对利益相关者造成损害时对行为加以改正，其内涵包括但不限于企业存活下去

同时，企业社会责任包含底线责任与超越底线责任，除底线责任外还有社会义务与社会责任，即超越社会义务的企业行为，因此，企业存活下去能够算是企业社会二的一部分，但不能够与履行了基本社会责任等同

1. 有人说，“企业的责任就是合法条件下追求利润最大化”，你对此有何评价？

片面

我们以卡罗的社会责任观点来反驳此观点

卡罗认为，企业社会责任是社会在一定时期对企业提出的经济、法律、慈善、道德期望

其中，经济责任包含追求利润最大化的内容，而法律责任也确是遵纪守法

但是，题中观点忽略了企业道德责任与慈善责任，并不恰当

此外，企业经济责任还包括将社会所需的产品与服务以公平合理的价格出售，追求利润最大化并不能概括经济责任

综上，观点片面

1. 有人说，“企业生存的根本是经济，所以首先应该是经济责任的考虑，如果没有经济基础，那么企业根本就不存在，社会责任也就无从谈起。当然，企业有了经济基础之后，也必然要考虑它的社会责任。”你对此有何评价？

片面

经济条件确可支持企业履行社会责任

但企业社会责任的核心是企业伦理责任，非经济责任

现代企业社会责任概念的提出恰恰正是要企业不单纯追求自身经济利益，还需考虑对利益相关者与社会的影响

经济责任本身是社会责任的一部分

社会责任中其它部分（法律、慈善、道德）的履行对经济责任的履行有积极影响

1. 何为道德评价？

道德评价是依据一定的伦理标准对人、行为、制度等所做出的对与错、好与坏的评价。可分为事前评价和事后评价，还可分为对己（自己）评价和对人（他人）评价。

1. 为什么要进行道德评价？

原因：事前评价： 决策都是有意识的，而且大多数情况下会对他人产生利害影响，因此，需要对决策做伦理分析，不做伦理分析，可能出现损人利己的后果，或者尽管没有出现损人利己的后果，也可能错失了利人利己的机会。

事后评价: 人们应该对自己和他人的行为进行回顾与总结，好的行为应该得到肯定、表扬，以便鼓励自己或他人从事该行为，不好的行为，应该受到批评、谴责，以便减少和避免此类行为发生。

1. 道德评价是主观的还是客观的？

道德评价既具有主观性，也具有客观性。

由于评价标准不同，对同一行为的评价结果也会存在差异，甚至可能截然相反，这是道德评价具有主观性的一面；但是，道德上的对错不能以个人的看法为依据，也不能以多数人的看法为依据，而且取决于是否符合适当的伦理标准，伦理标准的有效性取决于它的合理性。

1. 劳伦斯·科尔伯格的个人道德发展分为哪三个层次、六个阶段?

层次一:前习俗层次

①逃避惩罚导向:认为能逃避惩罚的行为是正当的；

②寻求奖赏导向:认为能获得奖赏的行为是正当的；

层次二:习俗层次

③良好关系导向:认为那些能获得家庭、朋友、上司、同事赞同或能使他们高兴的行为是正当的；

④守法导向:认为履行个人的义务，尊重权威，遵守法律，维护社会秩序的行为是正当的；

层次三:后习俗层次

⑤社会契约论导向:认为虽然规则和法律在大多数情况下应该遵从，但一些根本的价值，如生命、自由，更应该得到维护。

⑥普遍伦理原则导向:认为正当的行为是由个人基于普遍伦理原则的良心决定的。

1. 为什么需要学习道德推理理论?

原因： 1尽管一般伦理规范在通常情况下可以应付自如，但也确实存在一些无能为力的情况。掌握伦理学理论，有助于个人解决自身可能面临的复杂的道德问题。

2对于一些常常需要做出道德评价的人来说，掌握伦理学理论有助于他们向他人阐述自己行为的依据及合理性。

3伦理学理论致力于对传统道德合理性的探讨，借助于伦理学理论，我们可以解释为什么一些内容应当被接受，为什么对其他的一些内容要做必要的修正或摒弃。伦理学理论提现出了其批判性的特征。

1. 对行为的评价有哪两大伦理学流派？

两大流派:结果论（目的论）和道义论（非结果论）

1. 功利主义分析步骤有哪些？

（1）对需要评价的行为进行详细而清晰的描述。

（2）对受到该行为直接和间接影响的人群范围分别加以界定。

（3）考虑是否存在一些明显的决定性因素，其重要性超过其他影响因素。

（4）将该行为对直接相关人群造成的后果进行详细描述，考察每一后果可能产生的正面及负面效应及其在现实中发生的可能性。

（5）为利益因素与损害因素分配权重，需要分别考虑每一种收益或损害的数量、持续时间、确定性、临近性、繁衍性、纯粹性、幅度。

（6）考虑当准则得到普遍遵循时所带来的积极与消极影响，如有必要，对那些受到该行为间接影响的人群以及总体社会做同样的分析。

（7）对所有正面及负面效应进行加权计总。

（8）考虑除“非此即彼”的选择外，是否存在其他备选方案，如果有，则需要对每一种方案进行如上的分析步骤。

（9）比较所有备选方案的分析结果，能够产出最大收益净值的行为作为最终方案。

1. 罗斯的显见义务包含哪些内容？

诚实义务——依赖于一个承诺或者可以公平地被称为一个含蓄的承诺的义务。

赔偿义务——依赖于先前做错的行为的义务。

感恩义务——某些义务依赖于他人的先前行为，即他们为我们所做的义务。这些可以被松散地描述为感恩义务。

公正义务——依赖于对快乐或幸福的分配的事实或可能性，而这种分配没有与相关人员的优点相符；在这种情况下出现一个推翻或制止这样一种分配的义务。

行善义务——依赖于纯粹这样一个事实：世界上有其他存在者，我们可以在美德、智利或快乐方面使他们的状况变得更好。

自新义务——某些义务依赖于我们可以在美德或智力方面改善自己的条件这一事实。

不损害他人义务——损害他人无疑是附带地没有做到与人为善；但不做坏事被理解为一个不同于行善义务的义务，并且被理解为一个如有更大迫切性的义务。

1. 康德关于绝对命令的三条表述是什么?

（1）“要只按照你同时也能成为普遍规律的准则去行动。”这是道德原则形式上的可普遍化要求。以定言判断表示的绝对命令，作为一个先天的综合命题，它的必然性，不是来自前提，也不是来自经验，其必然性、约束性、强制力只能来自行为准则符合规律的普遍性。在此条件之下，“我应该做什么”，主语人称的置换丝毫不会影响宾语的内容。

（2）“不论是谁，在任何时候都不应把自己和他人仅仅视为工具，而应该永远看作自身就是目的。”这是道德准则质料方面的要求。它是依据第一条准则推衍出来的。每一个人都认为自己存在本身就是目的，具有价值。因此，以普遍化原则推之，他也应该同样地对待其他理性存在者。

（3）“全部准则通过立法而和可能的目的王国相一致，如像自然王国一样。”这是从整体上对全部准则作完整的规定。它所表达的涵义实际上就是“意志的自律”：人既是道德法则的制定者，又是其执行者。故而，人是自由的。动物听任本能的摆布，而人则由道德律统率，克服欲望的支配从而使人超脱于动物。诚如梯利所言：“道德规律表现人的最内在的自我，道德规律是他的命令，是每一个有理性的人的命令。人要求遵守道德规律，也就是他的自律。

1. 道义论分析步骤有哪些？

(1)陈述需评价的行为，不要过于狭隘

(2)是否可以通过普遍接受的显见义务，如只存在一项则运用该义务进行分析；如果存在疑问，则转为第3步；如存在多项义务则转入第5步或吧该行为描述为一种具有普遍性的例外再转入第3步

(3)对该行为进行三项检验：

1.每个人都从事该行为而不至于使该行为无法持续进行下去吗？如果不是则该行为不道德否则进入第2项检验

2.该行为是否体现了对人的尊重？是否把人视为目的而不仅仅当做工具？如果不是则不道德否则进行第3项检验

3.是否所有的理性人无论是行为的实施者还是行为的接受者都希望所有人都这么做？如果不是则不道德否则道德。

(4)该行为被初步判断为合乎道德之后，还需要追问：它是否与其它显见义务相冲突，使之无法同时得到满足？如果不是可确定该行为的道德性否则进入下一步。

(5)在具体情形下，考虑支持与反对每一项显见义务的理由，选择理由最充分的显见义务作为实际义务。

1. 什么是权利论原则?

权利分法律权利和道德权利两类，法律权利按照《中华人民共和国宪法》规定：公民有人身自由、人格尊严不受侵犯的权利等。道德权利通常被认为是作为人，不管是哪个国家、哪个民族的人，都应该有的权利。

权利论的道德原则是：当行为人有道德权利从事某一行为，或者从事某一行为没有侵害他人的道德权利，或从事某一行为增进了他人的道德权利，则该行为是道德的。

1. 交易公正的条件有哪些?

（1）保证契约权利和义务

（2）契约规范是保证个体信守承诺的一种途径

（3）义务不能无限夸大，管理者义务受制于每个人都必须遵守的伦理规则

（4）交易信息对双方充分透明

（5）交易双方出于完全自愿的目的进行交易

（6）交易双方均可从交易中获取利益

1. 程序公正的原则是什么？

普惠性、公平对待、多方参与、公开性、科学性

1. 平均分配、按贡献分配、按需要分配和按能力分配各有什么利弊？

平均分配原则是社会或群体的利益和负担应该在每个人之间平均地分配，它将平均视为公正，可以使人们之间更倾向于团结、更加乐于合作，但因为人与人之间的能力、智力、品德等千差万别，人与人之间并不相同，平均主义没有把需要、能力、努力考虑进去，会打击勤奋的人的积极性，进而降低社会生产率和效率。

按贡献分配的原则是:利益应该按每个人对社会、群体、任务的贡献的大小进行分配。这种分配方式会降低成员之间的合作程度，甚至会形成竞争，人们不大情愿分享资源和信息；而且很难去评价和衡量一个人贡献的价值。

按需要和能力分配的原则是应该根据人的能力分配负担，根据人的需要分配利益。但是这一原则使得工作努力程度与报酬之间没有任何联系，工人会因此失去努力工作的动力，同时，根据个人的能力而不是自由的选择来分配工作，则个人自由受到了限制。

1. 公正处罚需要考虑哪些因素？

1.在什么情况下可以免除道德责任？道德责任的大小取决于以下四方面的因素：行为的后果大小；行为的不道德性；在行为中的作用；行为的自由度。2.谁是该受处罚的人？3.惩罚的力度多大合适？

1. 关怀论的基础是什么？

人对自我的认识是建立在自我与他人的关系基础之上：离开了与其他人的关系，个人就不能存在。只要自我是有价值的，那么使得自我得以存在所必需的关系也一定是有价值的，也应该得到培育和维护。但是并非所有的关系都有价值，都会产生关怀的义务。那种能展示同情、关心、爱、友谊和忠诚等美德的关系，是我们有义务培育和维护的。

1. 美德论怎样用于判断行为的道德与否？

如果实施某项行为能使行为主体实践、展示和培育高尚的品德，那么，该行为便是道德的，如果通过实施某项行为，行为主体实践、展示和发展了邪恶，那么，该行为是不道德的。

1. 如何理解以人为本原则？

1）以人为本就是尊重人、关心人、促进人自由而全面的发展。

尊重人就是尊重每个人的尊严、权利和价值，承认人的差别；因人而异、量力而行、人尽其才；把其他人看做是目的，认真对待他们，承认他们的合法权益，尊重他们的愿望。

关心人就是关心每个人的物质福利和精神文化生活。

4）人自由而全面的发展是人生存和发展所期望达到的最高水平，是人类一切活动的根本目的所在。

2）以人为本原则与为人民服务这一社会主义道德核心相一致，体现了集体主义道德原则。

3）在企业经营中的四个内涵

第一，企业和社会的关系上，要求企业努力开发对社会有益的产品和服务，支持社会福利事业，使发展成果惠及全体人民。

第二，企业和自然的关系上，要求企业注重资源合理利用和环境保护，增强社会可持续发展能力，造福于子孙后代。

第三，企业和人的关系上，要求企业真切关注并尽可能满足股东、员工、顾客、供应商、公众等利益相关者的合理要求。

第四，人和人的关系上，要求企业及其管理者处事公正，并在企业内部建立起既讲效率，又讲团结、互助、友爱的关系。

1. 企业伦理准则有哪些？

1、公正公平

公正公平的本质含义是一视同仁和得所当得。公正公平要求机会均等，公正公平要求按劳分配，公正公平要求公平竞争，公正公平要求互利互惠。

2、诚实守信

诚信原则是企业经营之本，诚信原则要求讲真话，不欺诈。诚信原则还要求一诺千金，说话算数。

3、竞争合作

竞争能给人带来压力，同时根据压力理论，压力与工作绩效有“倒U”的关系，过低或者过高的压力都会影响工作绩效，只有当压力适度的时候，才能发挥出最好的工作业绩，所以为了提高部门护和个人的绩效，需要创造一种内部的竞争机制。公平的竞争能刺激企业不断改进各项工作，努力向市场提供品种更新，质量更高，价格更低，服务更优的产品和服务，从而给顾客和社会带来实惠。但他们之间也需要合作共同营造良好的营业风气。

4、创新进取

创新是企业的活力之源，是生存和发展的必由之路。同时，创新也是企业履行社会使命的重要方式。

5、环境保护与服务社会

企业要从实施可持续发展战略的高度来开展经营活动，努力使经营活动与自然环境、社会环境相协调，使企业活动有利于环境的良性循环发展。同时企业是为特定的社会需要服务并经公众同意而存在的。只有当社会公众满意企业提供的服务，它才能生存下去，进而兴旺发达起来。服务社会强调的是应该以有助于促进社会进步的方式获得自身经济利益，而不是不要企业追求自身的经济利益。

1. 伦理分析的一般步骤有哪些？

①获得有关该案例的全部事实

②确定需要解决的道德问题

③运用道德想象思考可能的其他选择

④确定受行为影响的所有各方

⑤确定你考虑的行动属于道德义务还是道德理想（道德义务是必须做到的，道德理想则不然）

⑥如果是道德义务，在最有可能选择的方案中，是否存在一些显而易见的道德义务，如不能偷盗、不能欺骗？如有，请运用

⑦是否还存在是非不明的问题，如果没有，采取行动，请继续进行第8步

⑧如果行为涉及两个或两个以上道德义务，且这些义务之间相互冲突，是否有那个义务明显应该优先考虑？如果有，按此去做，如果没有，请继续进行第9步

⑨该案例或行为是否明显的适合运用功利主义分析还是道义论（包括义务论、权力论、公正论）？运用明显适合的理论进行分析

⑩考虑一下第9步中未用到的义务，权利、公正或结果对辨明是非是否有帮助，如果有，请补充分析

⑪设想那些对你的分析持不同意见的人会怎样和你辩论以得出相反的结论，如果发现你的分析存在错误，请改正，否则回应反对意见并指出其分析中的错误和不足

⑫到此为止选择的行为是否展现了美德？是否会被你视为道德榜样的人所选择？如果不是，重新选择，直到又能符合上述条件的方案

⑬确定如果你目前考虑采取的行为被公开的话，你是否会很坦然。如果不是，分析原因，并消除这种不自在的方法。如果感到坦然，而照此行动。

以上是伦理分析的一般步骤。无疑，并非所有伦理判断都要经过这些步骤，事实上，很多时候，我们凭直觉、经验就可以作出判断，然而，对于复杂的是非不明的问题，或者需要我们给出充分的判断理由时，上述伦理分析步骤就可以发挥作用了。

1. 有人说，“不存在伦理上的对错，因为对同样的行为不同的人可能得出完全不同的评价”，你对此有何评价？

（1）我们通常按照自己理解和接受的伦理标准对自己对他人的行为进行道德评价，而不同的人依据的伦理标准不尽相同，由于评价标准不同，对同一行为的评价结果也会存在差异，甚至可能截然相反，这是道德评价具有主观性的一面。

（2）但是，认为道德评价完全是主观的是片面的。道德上的对错不能以个人的看法为依据，也不能以多数人的看法为依据，而是取决于是否符合适当的伦理标准，伦理标准的有效性取决于它的合理性。

（3）伦理标准应该有广泛的适用性。如果某种行为对某个人来讲是正确的，那么，在同样条件下该行为对其他任何人都是正确的。如果某种行为对某个人来讲是错误的，那么，在同样条件下该行为对其他任何人都是错误的。事实上，有一些伦理标准是得到广泛认可的，另外，自古以来，逐渐形成了一些规范，如不故意伤害他人等。

（4）我们谁也无法保证对于什么是伦理上对的，什么是伦理上错的有了完全的认识和把握。人难免犯错误，我们所能做的只有在进行道德评价是尽可能客观谨慎，并以此指导自身行为。

1. 有人说，“生存权是最重要的，因此，企业在面临生存危机时，可以（即伦理上允许）不择手段”，你对此有何评价？

当一个企业面临危机，它所采取的应对危机的方式就可能涉及伦理的问题了，生存权的确重要，但并不代表企业为了自己的生存发展就可以损害消费者的利益，在一个企业的经营中，遵守诚实守信，创新进取以及不损伤他人利益等伦理准则是十分必要的，面临生存危机，企业如果能在这方面处理得当，这应该就会变成发展的转机，而如果为求生存不择手段，只会使企业慢慢走向末路，而本身，极端的做法，只会使一个企业失去消费者对它的信任，因此，即使面临危机，企业不择手段并不是一个好的做法，在伦理上，其实也不算正确的方式。

1. 有人说，“伦理并不要求自我牺牲，但它要求具备理解别人的需求和利益的能力，督促自己起码能够承认他们的合理要求”，你对此有何评价？

道义论

罗斯的显见义务论包含了不损害他人义务

康德的义务论提出了绝对命令的三条具体原则，阐明了符合道德行为必须符合的三个形式的条件，包括了对人的尊重，当且只有一个人从事某一行为时，不把他人仅仅作为实现自身利益的工具，而是尊重并发展他人自由选择的能力时，该行为才是道德的。

权利论

道德权利与义务紧密相连。

道德权利赋予个人自主、平等地追求自身利益的权利。承认一个人的道德权利，就是承认在权利允许范围内，我的意志不能强加给他，而且他的利益并不从属于我的利益。

道德权利是证明一个人行为正当性及保护或帮助他人的基础。

权利论的道德原则是：当行为人有道德权利从事某一行为，或从事某一行为没有侵害他人的道德权利，或从事某一行为增进了他人的道德权利，则该行为是道德的。

情景题：

1. 新客户，老客户：张经理感到自己背叛了公司、客户、业务员和自己的职业原则。他并不想丢掉这份工作，他也不想再失去更多的客户。这样对待老客户公平吗？

这样对待老客户不公平，因为如果不通知老客户价格已调整，使老客户从降低后的价格中受益，就违背了企业“尊重客户，维护客户的尊严”的价值观，也损害了老客户的利益。这类似于歧视性定价，对老客户收取3倍以上的费用也够成了暴利价格，这种行为虽然可能短期内为公司带来一定的经济利润，但如果老客户因为感到不公平对待和价格欺诈而投诉或停止购买服务，公司最终会失去客源和面临巨大的舆论指责，破环公司形象，不利于企业的长远发展。

1. 实报实销：作为经理，怎样才能使那个员工心悦诚服地认识到这种行为的不当之处呢？

首先，经理应该向该员工道歉，说明企业调查该员工的行为的确在一定程度上侵犯了员工的隐私权，企业的做法有失妥当。但企业派该员工外出工作，主要是为了公司的发展，给予员工的资金是为了公司的发展，公司有权对这笔资金的使用进行调查。

因此，公司调查的目的，主要是为了确保资金的合理使用，主观上并不是想要获取该员工的隐私。

其次，该员工的行为损害了公司的利益。公司和员工的利益在根本上是一致的，如果每个员工都在利益冲突面前，选择损害公司的利益，将公司的利益向外输送，从而削弱企业的市场竞争力，企业效益不好，最后受到损失的，也会是每个员工。该员工将省下来的钱给了没有经济来源的父母，将公司的利益向外输送，损害了公司的利益，从长远来看，公司的效益下降，最终会影响该员工的利益。所以，不实报实销的做法是错误的。

1. 调帐：但小李还是有些犹豫，不知道该怎么办？你认为小李该怎么办？

我认为小李不应该帮助财务人员调帐，虚增销售从而虚增利润。

1. 会计职业是市场经济活动中的一个重要领域，会计职业服务的质量会直接影响经营者、投资者、债权人等社会公众的利益，进而影响整个社会的经济秩序，会计必须对有利益联系的各方负责。该公司是当地龙头企业，涉及到相当多的利益主体，如果仅仅因公司的利益而进行调帐，会损害更多的利益相关者的利益，投资者、供货商等的利益都会受到损害。因此小李不应该帮助财务人员调帐；
2. 我国会计人员职业道德包括敬业爱岗、依法办事、客观公正、诚实守信、搞好服务、保守秘密、廉洁自律。如果小李帮助财务人员调帐，会违背上述会计人员职业道德，会给自己的职业经历上留下污点，不利于自己的职业发展，造假的财务信息传播出去后，还会对会计信息的使用者进行误导，如果被审计机构查明造假，企业的发展还会造成严重影响，调帐从长远来看，不利于企业的发展。
3. 企业财务中出现的会计信息失真会给信息使用者和整个社会带来严重危害，带来行业不良之风、破坏市场运行的有序性、干扰市场资源的配置，还会导致宏观调控和微观决策的失误，造成严重的经济后果。小李的行为会造成企业的长期利益受到损害，损害投资者、供货商的利益，因此不应该帮助财务人员调帐，进行财务造假。
4. 热带雨林：你认为A公司该怎么办？

我认为A公司应主动停止使用这种木材，积极寻找该木材的替代品生产该产品。

1. 企业在生产经营活动中，对社会、对资源所承担的责任有以下几个方面：资源的有效利用；控制污染；环境保护。A公司对这种原材料的需求，会加速热带雨林的消亡，因此虽然国家并没有明令禁止不准砍伐，但立法具有滞后性、法律有漏洞，作为企业，要自觉地承担环境责任，从而主动停止使用这种木材；
2. 企业之所以承担环境责任，是因为：1.作为社会一份子的责任；2.谁引起问题谁就有解决问题的责任3.企业有专长解决环境问题。因此A企业有责任保护环境。所以，A企业应主动停止使用这种木材，积极寻找该木材的替代品生产该产品。
3. 好处费：你认为该公司的销售经理该怎么办？

我认为该公司的销售经理应该拒绝这种做法，并向该企业反映该销售经理的做法，如果竞争对手有不正当竞争的行为，也要向当地有关部门积极举报其违法行为。

跨国公司在进行国际经营时，要反对行贿。给予客户销售经理好处费是违法行为，是不正当竞争的体现，作为一家跨国公司，在国际经营中不应当采取违法的手段，该公司产品质量明显优于其他竞争对手，不必采用给予好处费的做法就可以拿下订单，。如果公司给了销售经理好处费，会违反法律，引发不正当竞争，破环公司形象，不利于公司的长远发展，因此，公司不应该给该销售经理好处费。