

<<企业伦理>>

图书基本信息

书名：<<企业伦理>>

13位ISBN编号：9787030170651

10位ISBN编号：7030170652

出版时间：2008-3

出版时间：高教分社

作者：陈荣耀

页数：317

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>

## <<企业伦理>>

### 内容概要

《企业伦理：一种价值理念的创新》由四部分内容组成：第一部分是确定“企业”命题及其本质属性，如果对“企业”是什么都不清楚的话，所谓的企业伦理研究也就没有基点；第二部分是确定“伦理和企业伦理”的具体内涵，从而使企业伦理的研究有基本依据和平台；第三部分是从企业发展的各个环节入手研究，有制度结构、分配模式、营销伦理、生命周期、企业文化等，全部研究过程尽量结合中国文化的各种流派；第四部分是企业伦理研究的多方渗透与比较分析。

## &lt;&lt;企业伦理&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一章 企业：文化力、制度力和道德力第一节 企业及其本质特性第二节 企业文化力第三节 经济人与道德人第四节 企业使命及其社会责任第二章 道德伦理：历史、功效与现状第一节 道德文明与经济文明第二节 道德缺陷的社会代价第三节 经济行为与道德行为第四节 伦理型市场经济第三章 企业伦理：原则与规范第一节 伦理与企业伦理第二节 企业伦理规范第三节 企业伦理原则第四节 企业伦理功能第四章 企业伦理框架与儒家哲学第一节 以“仁”为核心的儒家伦理框架第二节 儒家伦理的基本要素第三节 中庸之道与企业伦理第四节 和谐之美：管理之道第五章 现代企业制度的伦理质疑第一节 产权制度的道德质疑第二节 公司治理机构的伦理关系第三节 制度稀缺与管理无序第四节 制度创新：成本、收益与价值伦理第六章 企业文化与企业伦理第一节 道德主体：从经济人到伦理人第二节 现代激励理论的伦理思考第三节 企业文化与企业伦理的思考第四节 企业文化力：战略效应第七章 营销伦理与企业竞争力第一节 商品文化的伦理思辨第二节 伦理营销第三节 绿色营销第四节 战略营销第八章 企业伦理与企业生命周期第一节 企业经济生命与道德生命第二节 企业生命周期理论第三节 企业发展的五个阶段第四节 弱胜之道与核心竞争力第九章 企业竞争力提升的伦理化走势第一节 低度化陷阱与伦理危机第二节 企业核心化趋势的伦理导向第三节 国际制造业中心转移的逻辑思考第四节 价值创新：以消费者为中心的创造第十章 企业家成功要素及其伦理修养第一节 成功企业家三大要素第二节 企业家素质与理念第三节 企业家的伦理修养第四节 形儒、内道、重法参考文献附录百年管理史图示后记

## <<企业伦理>>

### 编辑推荐

《企业伦理：一种价值理念的创新》适合管理类、经济类本科生、硕士生使用，同时也适合一切热衷于企业伦理学习和研究的人士使用。

<<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>