

<<企业社会责任多视角透视>>

图书基本信息

书名：<<企业社会责任多视角透视>>

13位ISBN编号：9787301148990

10位ISBN编号：7301148992

出版时间：2009-1

出版时间：北京大学出版社

作者：任荣明,朱晓明

页数：320

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>

## <<企业社会责任多视角透视>>

### 内容概要

本书从经济学、法学、管理学等多视角探讨了企业承担社会责任的理论依据、内涵与范畴，具体分析了美国、欧洲、日本和发展中国家企业社会责任的产生、发展与现状，并就企业社会责任对我国的影响与对策、社会责任投资的发展与趋势、跨国公司的企业社会责任等专题作了研究。

本书研究视角独特，资料翔实，内容丰富，既有理论探讨，又有案例分析，是了解与研究企业社会责任的重要著作。

<<企业社会责任多视角透视>>

作者简介

任荣明，教授，博士生导师。

现任上海交通大学安泰经济与管理学院WTO与经济全球化研究中心主任，兼任华东政法大学经济法律研究院研究员、上海联合律师事务所律师、中外企业高级管理顾问等。

## &lt;&lt;企业社会责任多视角透视&gt;&gt;

## 书籍目录

第一部分 理论篇	第一章 企业社会的产生和发展	第一节 企业社会责任产生的历史背景
	第二节 企业社会责任理论的产生和发展	第三节 企业社会责任表现形式的不同发展阶段
	第四节 企业承担社会责任的对象和内容	第二章 企业社会的经济学分析
	第一节 传统经济学对企业承担社会责任的解释	第二节 现代企业理论对企业承担企业社会责任的解释
	第三节 基于成本效益分析的企业社会责任理论	第四节 其他经济学理论关于企业社会责任的解释
	第五节 基于利益相关者理论的企业社会责任经济本质说	第六节 对企业社会的经济学实证分析
	第三章 企业社会的法学分析	第一节 法学理论对企业社会责任思想的影响
	第二节 企业社会的法学理论基础	第三节 企业社会的法律价值
	第四节 企业社会责任引入公司法的正当性	第四章 企业社会的管理学分析
	第一节 从管理学角度分析企业社会的理论	第二节 企业战略管理与企业社会责任
	第三节 企业竞争力与企业社会责任	第四节 人力资源管理与企业社会责任
	第五节 风险管理与企业社会责任	第五章 对企业承担社会责任的质疑的辨析
	第一节 认为企业承担社会责任有悖于企业利润最大化的目标	第二节 认为企业社会责任概念模糊而难于执行
	第三节 认为企业承担社会责任会损害消费者利益	第四节 从正反两方面推进企业社会责任理论的完善
第二部分 实践篇	第六章 企业社会责任在美国	第一节 美国企业社会责任形成的背景
	第二节 美国政府与法律对企业社会责任的影响	第三节 美国企业履行社会责任的现状
	第四节 美国非政府组织在企业社会责任实践中的作用和影响	第五节 SA8000的主要内容
	第六节 美国企业社会责任案例——惠普	第七章 企业社会责任在欧洲
	第一节 欧洲政府机构的作用	第二节 欧洲非政府组织的行动
	第三节 欧洲企业界的行动	第四节 欧洲社会责任运动的兴起
	第八章 企业社会责任在日本	第一节 日本企业社会责任的定义
	第二节 日本企业社会责任的特点	第三节 日本企业社会责任的发展历程
	第四节 企业社会责任在日本的实施	第五节 日本企业社会责任的发展趋势
	第六节 日本企业社会责任面临的问题	第七节 日本企业社会责任案例分析
	第九章 企业社会责任在发展中国家的现状	第一节 发展中国家与发达国家的企业社会责任差异
	第二节 发展中国家开展企业社会责任的目的和意义	第三节 发展中国家政府在CSR中所起到的作用
	第四节 案例研究——印度的CSR开展情况	第五节 案例研究——尼日利亚的CSR开展情况
第三部分 专题篇	第十章 企业社会责任对我国的影响和对策	第十一章 社会责任投资的发展与趋势
	第十二章 跨国公司的企业社会责任	附录 主要参考文献

## <<企业社会责任多视角透视>>

### 章节摘录

第一章 企业社会责任的产生和发展 第一节 企业社会责任产生的历史背景 一、古已有之的伦理道德孕育着企业的社会责任 企业社会责任,广义地说,就是企业对社会承担的责任,包括法律责任、经济责任、道德责任等。

企业社会责任是从商业伦理发展起来的。

早在古代的商业活动中,就有“童叟无欺”、“买卖公平”、“诚实守信”等基本道德要求。在商品经济尚不发达、商业活动影响范围较小的古代社会,虽然企业在社会经济中不占据主导地位,商人在社会伦理道德框架下却有商业道德的自律意识,这可以视为企业社会责任的最早发端。

在我国汉代就成为正统国学的儒家思想倡导“重义兼利”、“重义尚利”的“义利统一”价值观,把信用和信誉看成是除了自然变故之外最重要的经商条件。

在以儒家伦理规范为主导的价值体系下,社会对商人有仁、义、礼、智、信、诚、孝、俭和以德服人等道德修养方面的要求。

商人普遍追求“名利双收”,耻于“见利忘义”,以成为“儒商”为荣。

我国的儒商文化对东方各国的历代商人一直有着深远的影响,在儒学思想熏陶下成长起来的我国商人很多都怀有强烈的秉持大义、经世济民的报国助人情怀。

.....

<<企业社会责任多视角透视>>

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>