**广东省高等教育自学考试《商业伦理道德》课程考试大纲**

**（课程代码：14158）**

**Ⅰ** 课程性质与设置目的

一、课程的性质与特点

本课程主要介绍商业伦理的基础原理构架和核心理念，并阐释商业伦理在实践上的应用。主要内容涉及商业伦理的基本原则、市场与伦理的关系、伦理与企业外部交换的关系，以及伦理与企业内部员工的关系。本课程在阐述商业伦理道德基础知识的同时，强调理论与实践技巧的有机结合，穿插进生动的案例，让学生全面地了解商业伦理道德对企业生存和发展的重要价值，以帮助学生树立正确的商业伦理道德观。

二、课程的设置目的与要求

通过本课程学习，要求学生：

1．掌握商业伦理的基本知识，了解其与市场和企业的关联关系。

2．熟练运用商业理论原则分析现实或假设的案例中面临的问题。

三、与本专业其他课程的关系

学习本课程需要有管理学原理、国际市场营销学、市场营销策划、消费者行为学等相关课程的初步知识。

**Ⅱ** 课程内容和考核目标

第1章 伦理学与商业

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解道德与伦理的含义、商业伦理的本质和商业中会遇到的伦理问题。思考企业社会责任、整合社会契约理论、情绪和道德思考之间的关系，能够根据所掌握的基本知识对道德行为阻碍因素进行讨论。

二、课程内容

1.1　商业伦理的本质

1.2　道德思考和道德决策

1.3　国际商务中的伦理问题

1.4 道德思考的基础

1.5 道德责任和责任归属

三、考核知识点

1.　商业伦理的本质

2.　道德标准与传统标准

3. 商业伦理与企业社会责任

4.　道德思考

5.　道德行为及其阻碍因素

1. 道德责任和责任归属

四、考核要求

1. 商业伦理的本质

识记：道德和伦理的相关概念

领会：商业伦理在商业中的重要性

2. 道德标准与传统标准

领会：道德标准与传统标准的区分

3. 商业伦理与企业社会责任

识记：商业伦理与企业社会责任的含义

领会：商业伦理与企业社会责任的区别和联系

4. 道德思考

领会：道德思考的组成部分

1. 道德行为及其阻碍因素

识记：导致伦理行为的主要步骤

领会：道德行为阻碍因素的形成原因

6. 道德责任和责任归属

领会：道德责任和责任归属的要求和含义

第2章 商业中的伦理原则

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解在商业伦理中最重要的几类伦理标准判断方法，掌握每种道德判断方法的使用概念和信息，能够识别每种道德判断方法的优缺点，做到使用这些方法分析在商业中遇到的道德问题。

1. 课程内容

2.1 道德决策的方法

2.2　效用主义：权衡社会成本和收益

2.3　权利和义务

2.4　正义与公平

2.5　关怀伦理

2.6　整合效用、权利、正义和关怀

2.7　道德原则的替代选择：美德伦理学

2.8　无意识道德决策和有意识道德决策

三、考核知识点

1. 道德决策的方法

2. 工具事物和内在事物

3．权利与义务

4．分配正义、应报正义、补偿正义

5．效用、权利、正义和关怀

6．自觉和直觉的道德决定

四、考核要求

1. 道德决策的方法

识记：道德判断方法的使用概念和信息

领会：识别不同道德判断方法的优缺点

2. 工具事物和内在事物

识记：工具事物和内在事物的概念含义

领会：区分工具事物和内在事物

3．权利与义务

识记：消极权利与积极权利的区分

领会：康德“绝对命令”的道德原则

4．分配正义、应报正义、补偿正义

领会：分配正义、应报正义、补偿正义三者的区别

5．效用、权利、正义和关怀

领会：效用、权利、正义和关怀四者适用的场景

6．自觉和直觉的道德决定

领会：自觉和直觉的道德决定之间的区别和联系

第3章 商业系统：政府、市场以及国际贸易

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解整个市场制度的伦理及其道德正当性和优缺点，讨论约翰·洛克、亚当·斯密、大卫·李嘉图、马克思等人的观点异同。

二、课程内容

3.1 全球化和商业系统

3.2　自由市场和权利：约翰·洛克

3.3　自由市场和效用：亚当·斯密

3.4　自由贸易和效用：大卫·李嘉图

3.5　卡尔·马克思与正义：对市场和自由贸易的批评

3.6　混合经济和财产的新形式

三、考核知识点

1． 自由贸易与自由市场的观点争论

四、考核要求

1． 自由贸易与自由市场的观点争论

识记：主流观点的内容

领会：几大思想家的理念特征和区别

第4章 市场中的伦理

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解市场竞争中完全竞争、垄断竞争、寡头竞争三个经济模型，着重理解完全竞争市场与效用、正义及权利的紧密关联，掌握市场制度中特殊行为的伦理性质并对其进行分析。

二、课程内容

4.1 将伦理学应用于市场竞争

4.2　完全竞争

4.3　垄断竞争

4.4　寡头竞争

4.5　寡头和公共政策

三、考核知识点

1． 完全竞争和伦理学

2． 垄断竞争和寡头竞争

3. 反竞争行为及策略

4. 寡头权利

四、考核要求

1. 完全竞争和伦理学

识记：完全竞争市场的本质及其特征

领会：完全竞争和伦理学的关联关系

2. 垄断竞争和寡头竞争

领会：垄断竞争和寡头竞争的概念

1. 反竞争行为及策略

识记：反竞争行为的概念以及策略

1. 寡头权利

识记：寡头权利的三种主要看法

第5章 伦理学与环境

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解污染和资源耗费对环境的威胁，分析伦理判断在企业污染控制上面的重要性，掌握保护消耗性资源伦理学中后代权利和正义的知识。

二、课程内容

5.1 污染类别和资源耗费

5.2 污染控制伦理学

5.3 解决方法和企业的义务

5.4 保护消耗性资源的伦理学

三、考核知识点

1．环境威胁

2．生态伦理

3．外部成本与企业的义务

4. 后代权利和正义

四、考核要求

1. 环境威胁

识记：环境威胁的两大来源及其概念形式

领会：污染和资源耗费问题的类别归属

2. 生态伦理

领会：生态伦理的具体含义及伦理判断

3. 外部成本与企业的义务

领会：外部成本的解决办法是确保污染成本的内部化

4. 后代权利和正义

领会：保护消耗性资源体现的后代权利和正义伦理学

第6章 消费品生产和营销伦理学

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解消费者保护自身利益的义务和制造者保护消费者利益的义务来源，分析和讨论契约观、应尽关怀观、社会成本观三个制造商伦理义务的不同理论，并熟悉营销理论学的相关知识。

二、课程内容

6.1 消费者每天面对的风险

6.2 市场和消费者保护

6.3 商业企业对消费者义务的契约观

6.4 应尽关怀观

6.5 制造商义务的社会成本观

6.6 广告伦理学

6.7 消费者隐私

三、考核知识点

1. 契约观：制造商（企业）的道德责任

2. 生产者实行应尽关怀义务承担的特殊责任

3. 严格责任

4. 广告对消费者观念的欺诈性影响

5. 平衡企业合理需要与隐私权的关键

四、考核要求

1. 契约观：企业的道德责任

识记：商业企业对消费者义务的道德责任

领会：契约观的相关义务区分及对契约观的理论批评

2. 生产者实行应尽关怀义务承担的特殊责任

识记：生产者实行应尽关怀义务承担的特殊责任的领域区分

领会：应尽关怀义务存在的问题

3. 严格责任

识记：严格责任的含义及其理论基础

领会：社会成本观存在的问题

4. 广告对消费者观念的欺诈性影响

领会：广告发起人、媒介、受众中蕴含的伦理问题

应用：对广告欺诈的甄别

1. 平衡企业合理需要与隐私权的关键

识记：目标、相关性、告知、同意、正确性、安全性、接受者和使用

领会：关键内容的含义

应用：将其应用到实际案例并区分对应类型

第7章 工作歧视伦理学

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解当代社会存在的歧视问题，从歧视行为产生形式、反对歧视和平权行动的伦理问题方面深入探讨歧视行为，熟悉商业中的多样性和平权运动计划。

二、课程内容

7.1 关于歧视的争议

7.2 工作歧视的本质

7.3 美国的歧视制度

7.4 歧视：效用、权利和正义

7.5 平权行动

三、考核知识点

1. 工作歧视的形式

2. 反对歧视的伦理观点

3. 平权行动的伦理观点

四、考核要求

1. 歧视的形式

识记：不同歧视行为的结构

领会：容易发生歧视的行为

2. 反对歧视的伦理观点

识记：效用观点、权利观点、正义观点

3. 平权行动的伦理观点

识记：补偿观点、工具观点、平等正义观点

领会：每个观点的内容及其内涵

第8章 伦理学与员工

一、学习目的与要求

通过本章学习，了解商业组织的工作生活所引起的伦理问题，从理性组织、政治组织和关怀组织三方面入手，分析员工对雇主的义务及员工的权利，探讨其中存在的员工权利和组织政治的伦理问题。

二、课程内容

8.1 理性组织

8.2 政治组织

8.3 组织中的非正式权力关系

8.4 关怀组织

三、考核知识点

1. 理性组织、政治组织和关怀组织模型的区分

2. 员工对雇主的义务

3. 员工权利

4. 关怀过度和关怀不足

四、考核要求

1. 理性组织、政治组织和关怀组织模型的区分

识记： 理性组织、政治组织和关怀组织模型的不同之处

2. 员工对雇主的义务

识记：商业贿赂和礼物的含义

领会：商业贿赂和礼物的区分

1. 员工权利

识记：企业员工所拥有的特定权利

领会：不同权利的内容及其含义

4. 关怀过度和关怀不足

识记：关怀过度和关怀不足的道德问题

领会：服务蓝图的建立过程

应用：服务蓝图的使用

**Ⅲ 关于大纲的说明与考核实施要求**

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业自学考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是自学者学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。课程内容在教材中可以体现一定的深度或难度，但在大纲中对考核的要求一定要适当。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、关于自学教材

《商业伦理：概念与案例（第8版）》，曼纽尔·G·贝拉斯克斯著；刘刚、张泠然、程熙镕译；中国人民大学出版社，2020年第1版。

四、关于自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。

为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

考生如果希望以自学为主通过《商业伦理道德》考试，应在自学中注意以下事项：

（1）应依据本课程考试大纲所规定的考核知识点、考核目标和具体要求，对大纲规定的考试内容进行全面系统地学习，在通读教材有关内容的基础上，按照考试大纲的规定，重点学习那些必须考核的内容。

（2）《商业伦理道德》是市场营销的专业课。学生要结合专业特点系统学习本课程，要基于对整个专业知识体系的掌握展开学习。

五、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

1. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
2. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
3. 注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导学生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7.自学或助学的总学时不少于90学时。

六、对考核内容的说明

1. 本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按三个认知（或叫能力）层次确定其考核要求。

2. 在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

七、关于考试命题的若干规定

1.本课程考试为闭卷笔试，考试时间150分钟，满分100分,60分及格。

2.本大纲各章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。考试命题既要覆盖到章，又要避免面面俱到。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

3.命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核自学者对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

4.本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占30%，领会占40%，应用占30%。

5.要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：2:3:3:2。

1. 各种题型的具体样式参见本大纲附录。

**附录 题型举例**

一、选择题

1. 道德责任的三个元素是：

A.起因、经过和结果 B.起因、知情和自愿

C.起因、知情和自省 D.动机、过程和自觉

2. 以下不属于虚假广告形式的是

A.提供非客观的信息 B.引用误导的价格

C.隐藏产品的缺陷 D.误导性地诽谤竞争者的商品

二、名词解释

1. 消极权利和积极权利

2. 工具事物

三、简答题

1. 道德判断的主要方法有哪些？

2. 支持和反对生产者对消费者义务的三个主要理论？

四、论述题

1. 寡头权力的三大观点的异同？

2. 关于市场制度的伦理问题中，约翰·洛克、亚当·斯密、大卫·李嘉图三人观点的异同？

五、案例分析

某日，一个顾客走进一家汽车维修店，自称是某运输公司的汽车司机。“在我的账单上多写点零件，我回公司报销后有你一份好处”，他对店主说。店主听了他的话拒绝了他的要求，并请他离开。顾客继续纠缠道：“我的生意不小，而且会常来，你肯定会从这里赚很多钱。”但店主依然坚持不接受他的提议。顾客急了说道：“谁都会这么干的，我看你是太傻了。”店主也火了，他叫这个人马上离开，到别处去谈这种生意。听到这话，这位“顾客”反而笑了。他热情并满怀敬意地握住店主的手说道：“我就是这家运输公司的老板，我一直在努力寻找一个信得过的固定的维修店，今天到了你这里，我确信找到了。你还让我到哪里去谈这个生意呢？”店主先是愕然，然后也会心的笑了。

请结合案例回答以下两个问题：

1. 营销的道德原则包含哪些内容？

2. 请运用营销的道德原则分析上述案例。