**广东省高等教育自学考试《商业伦理与企业社会责任》课程考试大纲**

**（课程代码：14159）**

**Ⅰ 课程性质与课程目标**

**一、课程性质和特点**

本课程的学习与教学一方面继承、借鉴中国优秀文化中蕴含的商业伦理思想，另一方面着眼于伦理应用场景的变化，体现时代特色，以满足培养德才兼备之经管类人才的需要。

**二、课程目标**

设置本课程的主要目的是使考生能够：

1. 理解商业伦理与社会责任领域的基本概念、基本理论；
2. 了解企业战略管理、营销管理、人力资源管理和财务活动等领域的商业伦理问题和伦理要求；
3. 理解技术变革带来的商业伦理困境，掌握相应的伦理原则；
4. 掌握社会责任的系列标准；
5. 运用所学知识，正确识别经济活动及科技变革中的伦理冲突，认识企业的社会责任，理解职业道德规范在商业伦理抉择中的意义。

**三、与相关课程的联系与区别**

“商业伦理与企业社会责任”课程具有综合性，课程内容涉及管理学、战略管理、财务管理等学科的知识。学习本课程前需要具备这些学科的基本知识，尤其是掌握好管理学的知识是学习本课程的前提。本课程的学习也有助于更深入地理解相关课程。

1. **课程的重点和难点**

本课程的重点是商业伦理与社会责任的基本概念、基本理论，社会责任的系列标准和实践。难点是企业战略管理、营销管理、人力资源管理和财务活动等领域的商业伦理问题和伦理要求以及技术变革带来的商业伦理困境和相应的伦理原则。

**Ⅱ 考核目标**

本大纲的考核目标，要求学生达到三个能力层次要求，即“识记”“领会”“应用”三个层次，具体含义是：

识记：能识别和记忆本课程中有关商业伦理和社会责任领域的基本理念、基本理论，并能根据考核要求正确地表达、选择与判断。

领会：在识记的基础上，能够掌握商业中用于道德判断的重要原则和标准以以及伦理分析的框架和工具，能够理解主要的道德标准的侧重点和复杂情境下不同视角对伦理标准的差异化选择，能够根据考核要求对商业活动中的道德标准和伦理问题进行逻辑推理和论证，做出正确的判断、解释和说明。领会是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能够运用商业伦理理论和原则分析解决商业伦理问题和道德困境，理解如何选择符合伦理要求的商业行为方案，从伦理视角对行为进行评价和反思。应用要求在领会的基础上，能用学过的一个或多个知识点分析和解决现实问题。应用是高层次的要求。

**Ⅲ 课程内容与考核要求**

1. **导言**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，掌握伦理学的内涵和分类，理解商业伦理与社会责任的研究对象和研究内容。

**二、课程内容**

第一节 伦理学要义

（一）主要概念

（二）相关类型

第二节 商业伦理与社会责任的研究对象与内容

（一）研究对象

（二）研究内容

**三、考核知识点与考核要求**

（一）伦理学要义

识记：伦理学的含义。

领会：道德的功能；道德的作用。

（二）商业伦理与社会责任的研究对象与内容

领会：商业伦理与社会责任的密切联系。

应用：理解企业社会责任的两种观点（所有者观和利益相关者观）。

**四、本章重点和难点**

重点：伦理学的含义；商业伦理的研究对象与内容；社会责任的研究对象与内容。

难点：道德的功能与作用；企业社会责任的两种观点。

1. **商业活动中的道德标准与伦理分析框架**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，理解主要的伦理原则，包括功利主义、权利与义务、正义与公平和关怀理论、美德伦理，掌握典型的伦理分析框架。

**二、课程内容**

第一节 道德标准

（一）功利主义

（二）权利与义务

（三）正义与公平

（四）关怀伦理

（五）美德伦理

（六）道德标准的比较

第二节 伦理分析框架

（一）伦理分析框架构成

（二）主要影响因素

（三）伦理分析框架的应用

**三、考核知识点与考核要求**

（一）道德标准

识记：功利主义的内涵；关怀伦理的内涵；美德的内涵。

领会：道德标准的比较。

（二）伦理分析框架

领会：伦理分析框架的构成；伦理分析三类影响因素。

应用：应用伦理分析框架对具体事例进行道德判断。

**四、本章重点和难点**

重点：伦理分析的道德标准，即功利主义、权利与义务、正义与公平和关怀理论、美德伦理。

难点：伦理分析框架的构成及应用。

1. **企业战略管理中的商业伦理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，熟悉战略和战略管理的基础知识，掌握战略制定、实施和控制等主要环节，了解战略管理领域常见的商业伦理问题，理解企业战略管理中的伦理要求。

**二、课程内容**

第一节 战略与战略管理

（一）战略的内涵与特征

（二）战略管理的内涵、要素与关键环节

（三）商业伦理融入战略管理的必要性

第二节 战略管理中常见的伦理问题

（一）战略管理制定阶段的伦理问题

（二）战略实施阶段的伦理问题

第三节 战略管理中的伦理要求

（一）树立注重商业道德的战略管理理念

（二）制定融入伦理道德因素的战略目标

（三）提升领导者与员工的道德境界

（四）构建有助于战略实施的企业文化

**三、考核知识点与考核要求**

（一）战略与战略管理

识记：战略管理的内涵。

领会：企业战略管理的构成要素；企业战略管理的关键环节；商业伦理融入战略管理的必要性。

（二）战略管理中常见的伦理问题

应用：战略制定阶段的伦理问题；战略实施阶段的伦理问题。

（三）战略管理中的伦理要求

应用：将伦理要求融入企业战略管理。

**四、本章重点和难点**

重点：战略管理不同环节中常见的商业伦理问题。

难点：企业战略管理中具体的伦理要求。

1. **企业人力资源管理中的商业伦理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，熟悉人力资源和人力资源管理的基础知识，掌握企业劳动关系、激励体系、特殊员工群体管理等主要环节，了解人力资源管理领域常见的商业伦理问题，理解企业人力资源管理中的伦理要求。

**二、课程内容**

第一节 人力资源与人力资源管理

（一）人力资源的内涵与特征

（二）人力资源管理的内涵与主要内容

（三）商业伦理融入人力资源管理的必要性

第二节 人力资源管理中常见的伦理问题

（一）劳动关系中的伦理问题

（二）激励体系中的伦理问题

（三）特殊员工群体管理的伦理问题

第三节 人力资源管理中的伦理要求

（一）企业主导塑造良好劳资关系

（二）员工尽心尽力认真履责

**三、考核知识点与考核要求**

（一）人力资源与人力资源管理

识记：人力资源管理的内涵。

领会：人力资源管理的主要内容；商业伦理融入人力资源管理的必要性。

（二）人力资源管理中常见的伦理问题

应用：劳动关系、激励体系、特殊员工群体管理中的伦理问题。

（三）人力资源管理中的伦理要求

应用：将伦理要求融入人力资源管理。

**四、本章重点和难点**

重点：人力资源管理中常见的商业伦理问题。

难点：人力资源管理中具体的伦理要求。

1. **企业营销管理中的商业伦理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，熟悉营销和营销管理的基础知识，掌握营销活动中产品、定价、渠道、广告、营销竞争等主要环节，了解营销管理领域常见的商业伦理问题，理解企业营销管理中的伦理要求。

**二、课程内容**

第一节 营销与营销管理

（一）营销的内涵与特征

（二）营销管理的内涵与主要内容

（三）商业伦理融入营销管理的必要性

第二节 营销管理中常见的伦理问题

（一）产品的伦理问题

（二）定价中的伦理问题

（三）渠道中的伦理问题

（四）广告的伦理问题

（五）营销竞争中的伦理问题

（六）数字时代营销领域新伦理问题

第三节 营销管理中的伦理要求

（一）企业树立诚信的营销理念

（二）消费者树立正确的消费观念

**三、考核知识点与考核要求**

（一）营销与营销管理

识记：营销管理的内涵。

领会：营销管理的主要内容；商业伦理融入营销管理的必要性。

（二）营销管理中常见的伦理问题

应用：营销4P中的伦理问题；营销竞争中的伦理问题；数字时代营销领域新伦理问题。

（三）营销管理中的伦理要求

应用：将伦理要求融入营销管理。

**四、本章重点和难点**

重点：营销管理中常见的商业伦理问题。

难点：营销管理中具体的伦理要求。

1. **企业财务活动中的商业伦理**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，熟悉财务和财务活动的基础知识，掌握财务活动中筹资活动、投资活动、营运活动、会计活动等主要环节，了解财务活动中常见的商业伦理问题，理解企业财务活动中的伦理要求。

**二、课程内容**

第一节 财务与财务活动

（一）财务的内涵与特征

（二）财务活动的内涵与主要内容

（三）商业伦理融入财务活动的必要性

第二节 财务活动中常见的伦理问题

（一）筹资活动的伦理问题

（二）投资活动的伦理问题

（三）营运活动的伦理问题

（四）会计活动的伦理问题

第三节 财务活动中的伦理要求

（一）提升会计职业道德意识

（二）遵循会计职业道德规范

（三）完善内部控制机制

（四）提升管理层道德水平

**三、考核知识点与考核要求**

（一）财务与财务活动

识记：财务活动的内涵。

领会：财务活动的主要内容；商业伦理融入财务活动的必要性。

（二）财务活动中常见的伦理问题

应用：筹资活动、投资活动、营运活动、会计活动中的伦理问题。

（三）财务活动中的伦理要求

应用：将伦理要求融入财务活动中。

**四、本章重点和难点**

重点：财务活动中常见的商业伦理问题。

难点：财务活动中具体的伦理要求。

1. **商业伦理前沿**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解人工智能、大数据、数字医疗等商业伦理的前沿问题。

**二、课程内容**

第一节 人工智能伦理

（一）人工智能概述

（二）人工智能伦理困境

（三）人工智能的伦理原则

第二节 大数据伦理

（一）大数据概述

（二）大数据伦理困境

（三）大数据的伦理原则

第三节 数字医疗伦理

（一）数字医疗概述

（二）数字医疗伦理困境

（三）数字医疗伦理原则

**三、考核知识点与考核要求**

（一） 人工智能伦理

识记：人工智能的特点。

领会：人工智能伦理困境。

应用：人工智能的伦理原则。

（二）大数据伦理

识记：大数据的特点。

领会：大数据伦理困境。

应用：大数据的伦理原则。

（三）数字医疗伦理

识记：数字医疗的特点。

领会：数字医疗伦理困境。

应用：数字医疗的伦理原则。

**四、本章重点和难点**

重点：人工智能、大数据、数字医疗的伦理困境。

难点：人工智能、大数据、数字医疗伦理问题的应对原则。

1. **企业社会责任**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，熟悉企业社会责任的有关内涵，掌握企业社会责任的由来与发展、倡议与标准、责任报告编制等主要内容，了解企业社会责任的实践，理解企业社会责任的基本要求。

**二、课程内容**

第一节 社会责任要义

（一）社会责任的内涵与特征

（二）社会责任的由来与发展

（三）社会责任的核心理念

第二节 社会责任倡议与标准

（一）国际的倡议与标准

（二）国内的倡议与标准

第三节 社会责任实践、报告与新挑战

（一）社会责任实践

（二）社会责任报告

（三）社会责任实践的新挑战

**三、考核知识点与考核要求**

（一）社会责任要义

识记：企业社会责任的内涵；企业社会责任管理的内涵；企业社会责任管理的特征。

（二）社会责任倡议与标准

领会：社会责任的国际倡议与标准；社会责任的国内倡议与标准；。

（三）社会责任实践、报告与新挑战

应用：企业社会责任报告。

**四、本章重点和难点**

重点：社会责任的内涵；社会责任的倡议与标准。

难点：企业社会责任报告。

**Ⅳ 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**

“商业伦理与企业社会责任”课程自学考试大纲是根据工商管理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，教材给出了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**

《商业伦理与社会责任》，戚啸艳、杨兴月主编，东南大学出版社，2021年第1版。

本教材第1章第3节、第4节内容，考生可根据个人兴趣能力学习，不纳入考核范围。

**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。

本课程共6学分。由于成人学习的个性化特点，建议业余自学时间不低于72个学时。

建议学习本课程时注意以下几点：

1.在学习本课程教材之前，应先仔细阅读本大纲，了解本课程的性质和特点，熟知本课程的基本要求，在学习本课程时，能紧紧围绕本课程的基本要求。

2.在自学每一章的教材之前，先阅读本大纲中对应章节的学习目的与要求、考核知识点与考核要求，以使在自学时做到心中有数。

3．在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4.本课程是一门应用性课程，自学应考者应熟悉各类道德标准，以对伦理分析框架的深刻理解为基础，学习如何基于事实、结合道德标准做出道德判断，继而解决伦理问题。

5.重视理论联系实际，结合伦理问题实际进行学习。自学应考者在学习中应把课程的内容同我国企业主要管理领域中的伦理问题联系起来，进行对照比较，分析研究，以增强感性认识，更深刻地领会教材的内容，将知识转化为能力，提高自己分析问题和解决问题的能力。

**五、对社会助学的要求**

本课程教学建议采用老师讲授和课堂讨论相结合的方法，注重理论联系实际；注重现代化教学手段的应用，以及开放式教学方法的应用，帮助学生最大限度地实现学习的目标。

对担任本课程自学助学的任课教师和自学助学单位提出以下几条基本要求。

1.熟知本课程考试大纲的各项要求，熟悉各章节的考核知识点。

2.辅导教学以大纲为依据，不要随意删减内容，以免偏离大纲。

3.辅导还要注意突出重点，要帮助学生对课程内容建立一个整体的概念。

4.助学者在辅导时应帮助自学者梳理重点内容和一般内容之间的关系，助学者在辅导时应帮助自学者增强伦理意识，理解商业伦理与社会责任知识，辩证思考和认识商业伦理困境，提高伦理道德分析、评价能力和选择、判断能力。

5.商业伦理与企业社会责任是一门实践性较强的专业课，助学者应帮助自学者在掌握全部考试内容的基础上，立足于企业，从伦理角度深入探讨包括战略管理、营销管理、人力资源管理、财务活动等企业主要业务领域的伦理问题，为自学者辨识伦理问题、思考伦理选择提供清晰的筹划思路。

本课程考纲内容建议学时如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章节 | 标题 | 建议学时 |
| 第一章 | 导言 | 8 |
| 第二章 | 商业活动中的道德标准与伦理分析框架 | 8 |
| 第三章 | 企业战略管理中的商业伦理 | 10 |
| 第四章 | 企业人力资源管理中的商业伦理 | 10 |
| 第五章 | 企业营销管理中的商业伦理 | 10 |
| 第六章 | 企业财务活动中的商业伦理 | 10 |
| 第七章 | 商业伦理前沿 | 8 |
| 第八章 | 企业社会责任 | 8 |

**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都是本课程考核的内容。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、本课程考试采用闭卷笔试方式考核，考试时间150分钟，按百分制记分,60 分为及格。考试时只允许携带笔、橡皮和尺，答卷必须使用蓝色或黑色钢笔或签字笔书写。

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、命题中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30%，应用占40%。

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：易占20%，较易占30%，较难占30%，难占20%。

必须注意试题的难易程度与能力层次有一定的联系，但两者不是等同的概念，在各个能力层次都有不同难度的试题。

6、课程考试命题的主要题型一般有单选题、名词解释题、简答题、论述题、案例分析等题型。

在命题工作中必须按照本课程大纲中所规定的题型命制，考试试卷使用的题型可以略少，但不能超出本课程对题型规定。

**V题型举例**

一、单项选择题

1.道德能够为人们的行为提供一种正当性、正义性、应当性的支撑，成为一种鼓励人们敢于冲破各种艰难险阻、去追求理想目标的强大精神力量。这体现出道德具有（ ）

A.调节功能 B.认识功能

C.激励功能 D.导向功能

1. 名词解释题

1.功利主义

三、简答题

1.简述道德的作用。

四、论述题

1.如何将伦理要求融入企业人力资源管理？

五、案例分析题

2022年7月21日，滴滴全球股份有限公司因存在以下8个方面的违法事实被罚人民币80.26亿元：一是1196.39万条；二是过度收集用户剪切板信息、应用列表信息83.23亿条；三是过度收集乘客人脸识别信息1.07亿条、年龄段信息5350.92万条、职业信息1633.56万条、亲情关系信息138.29万条、“家”和“公司”打车地址信息1.53亿条；四是过度收集乘客评价代驾服务时、App后台运行时、手机连接桔视记录仪设备时的精准位置（经纬度）信息1.67亿条；五是过度收集司机学历信息14.29万条，以明文形式存储司机身份证号信息5780.26万条；六是在未明确告知乘客情况下分析乘客出行意图信息539.76亿条、常驻城市信息15.38亿条、异地商务/异地旅游信息3.04亿条；七是在乘客使用顺风车服务时频繁索取无关的“电话权限”；八是未准确、清晰说明用户设备信息等19项个人信息处理目的。

问题：结合上述案例，分析大数据的伦理困境与伦理原则。