

# 101-2 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	企業倫理與經營實務	科目序號 / 代號	2522 / GMN5013
開課系所	管理學院碩士在職專班	學制 / 班級	碩士在職專班1年8班
任課教師	魏志雄	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(六)567 / B	授課語言別	中文

## 課程簡介

- 一、提供給學生未來生涯可能遇到的企業倫理困境，如何學習與培養做倫理決策的能力。
- 二、在企業組織裡與現實生活中倫理決策的複雜環境下，每個人有其獨特的價值觀，每個組織也有其價值系統及倫理政策。企業倫理必須讓學生了解，組織文化和個人與重要他人間的相互依賴關係。
- 三、提供一套有效用的指引（辨識、分析、解決商業決策中的倫理架構），當企業人士(學生的未來)面對組織壓力和競爭的環境，如何做出合乎倫理的決策（幫助學生增進決定倫理決策的能力）。
- 四、學生必須學習適應及融入組織的倫理文化，對自己的行為負責並堅守組織的規定，透過企業倫理之研習，幫助學生在未來如何處理個人價值與組織價值間的衝突。

## 課程大綱

- 1.概論介紹
- 2.第1章 企業倫理的重要性
- 3.第2章 利害關係人關係、社會責任和公司治理
- 4.分組報告
- 5.第3章 現今企業倫理相關議題
- 6.第4章 企業倫理制度化
- 7.分組報告
- 8.第5章 倫理決策訂定與倫理領導
- 9.期中考試週
- 10.第6章 個人因素：道德哲學與價值
- 11.分組報告
- 12.第7章 組織因素：倫理文化的角色與關係
- 13.第8章 發展一個有效用的倫理計畫
- 14.分組報告
- 15.第9章 實施與稽核倫理計畫
- 16.第10章 全球經濟下的企業倫理
- 17.分組報告
- 18.期末考試週

## 基本能力或先修課程

舉凡修過企業管理，並具備倫理道德之概念；頭腦清晰，認真學習即可獲得決定企業倫理之能力。

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  解決問題能力
-  溝通能力
-  倫理觀
-  專業能力

### 教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
解決問題能力	35%	解決問題能力	小組討論 個案討論 學生上台報 告 專題報告	分組報告: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 30% 上課筆記: 20%	加總: 100	35
溝通能力	15%	溝通能力	小組討論 個案討論 學生上台報 告 專題報告	分組報告: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 30% 上課筆記: 20%	加總: 100	15
倫理觀	35%	倫理觀	小組討論 個案討論 學生上台報 告 專題報告	分組報告: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 30% 上課筆記: 20%	加總: 100	35
專業能力	15%	專業能力	小組討論 個案討論 學生上台報 告 專題報告	分組報告: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 20% 小組合作狀況: 10% 書面報告: 30% 上課筆記: 20%	加總: 100	15

## 成績稽核

書面報告: 30%

上課筆記: 20%

課程參與度: 20%

分組報告: 10%

課堂討論: 10%

小組合作狀況: 10%

## 教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
Ethical decision making for business	Fraedrich, Ferrell, and Ferrell		South-Western	0

## 參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
Justice: What ' s The Right Thing To Do	Michael L. Sandel		FARRAR, STRAUS, AND GIROUX	2010
What money can ' t buy - The moral limits of markets	Michael L. Sandel		Penguin Books Ltd.	2012

## 上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	1.The importance of business ethics	70				30
2	2.Stakeholder relationships, social responsibility, and corporate governance	70				30
3	3.Emerging business ethics issues	70				30
4	4.The institutionalization of business ethics	70				30
5	5.Ethical decision making and ethical leadership	70				30
6	6.Individual factors: moral philosophies and values	70				30
7	7.Organizational factors: the role of ethical culture and relationships	70				30
8	Case2.Starbucks ' mission: social responsibility and brand strength	70				30
9	Case9.The Coca-Cola company struggles with ethical crises	70				30
10	Case14.Wal-Mart: The future is sustainability	70				30
11	8.Developing an effective ethics program	70				30
12	9.Implementing and auditing ethics programs	70				30
13	10.Globalization of ethical decision making	70				30

14	Justice (1)	70	30
15	Justice (2)	70	30
16	What money can not buy?	70	30
17	Case Report (1)	70	30
18	Case Report (2)	70	30

---