

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
BỘ MÔN VĂN HOÁ KINH DOANH

Chủ biên: PGS.TS. Dương Thị Liễu

BÀI GIẢNG
VĂN HOÁ KINH DOANH

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN

V-ĐD/ 21080

NHÀ XUẤT BẢN ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN
HÀ NỘI - 2008

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU	3
CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ VĂN HOÁ KINH DOANH	7
1. Khái quát chung về Văn hoá	8
1.1 Khái luận về văn hoá	8
1.2 Chức năng và vai trò của văn hoá đối với sự phát triển xã hội	17
2. Khái quát chung về Văn hoá kinh doanh	22
2.1 Khái niệm văn hoá kinh doanh	22
2.2 Các nhân tố cấu thành văn hoá kinh doanh	23
2.3 Các đặc trưng của văn hoá kinh doanh	33
2.4 Các nhân tố tác động đến văn hoá kinh doanh	37
2.5 Vai trò của văn hoá kinh doanh	42
3. Văn hoá kinh doanh như một môn học	46
3.1 Sự cần thiết của môn học "Văn hoá kinh doanh"	46
3.2 Phương pháp nghiên cứu	46
3.3 Đối tượng môn học	47
3.4 Mục đích của môn học	47
3.5 Nội dung của môn học	47
<i>Câu hỏi ôn tập</i>	49
CHƯƠNG 2 TRIẾT LÝ KINH DOANH	51
1. Khái luận về triết lý kinh doanh	52
1.1 Khái niệm triết lý kinh doanh	52
1.2 Nội dung và hình thức của triết lý doanh nghiệp	56
1.3 Vai trò của triết lý doanh nghiệp trong quản lý, phát triển doanh nghiệp	67

2. Cách thức xây dựng triết lý kinh doanh của doanh nghiệp	78
2.1 Những điều kiện cơ bản cho sự ra đời của triết lý doanh nghiệp	78
2.2 Triết lý doanh nghiệp được hình thành từ kinh nghiệm kinh doanh của người sáng lập và lãnh đạo doanh nghiệp	78
2.3 Triết lý doanh nghiệp được xác lập theo kế hoạch của ban lãnh đạo	80
3. Phát huy triết lý kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam	94
3.1 Triết lý kinh doanh Việt Nam qua các thời kỳ lịch sử	94
3.2 Giải pháp phát huy triết lý kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam	95
Câu hỏi và tình huống thảo luận	97
CHƯƠNG 3 ĐẠO ĐỨC KINH DOANH	101
1. Khái luận Về đạo đức kinh doanh	102
1.1 Khái niệm đạo đức	102
1.2 Khái niệm đạo đức kinh doanh	103
1.3 Đạo đức kinh doanh và trách nhiệm xã hội	106
1.4 Vai trò của đạo đức kinh doanh trong quản trị doanh nghiệp	112
2. Các khía cạnh thể hiện của đạo đức kinh doanh	121
2.1 Xem xét trong các chức năng của doanh nghiệp	121
2.2 Xem xét trong quan hệ với các đối tượng hữu quan	137
3. Phương pháp phân tích và xây dựng đạo đức trong kinh doanh	155
3.1 Phân tích các hành vi đạo đức trong kinh doanh	155
3.2 Xây dựng đạo đức trong kinh doanh	166
4. Đạo đức kinh doanh trong nền kinh tế toàn cầu	175
4.1 Hệ thống đạo đức toàn cầu	175
4.2 Các vấn đề đạo đức kinh doanh toàn cầu	180

Câu hỏi và tình huống thảo luận	189
--	-----

CHƯƠNG 4 VĂN HÓA DOANH NHÂN	193
------------------------------------	-----

1. Khái luận chung về doanh nhân	194
1.1 Một số khái niệm liên quan đến doanh nhân	194
1.2 Lý luận cơ bản về doanh nhân	196
2. Những lý luận cơ bản về văn hóa doanh nhân	203
2.1 Khái niệm về văn hóa doanh nhân	203
2.2 Những nhân tố tác động tới văn hóa doanh nhân	204
2.3 Các bộ phận cấu thành của văn hóa doanh nhân	208
2.4 Ảnh hưởng của văn hóa doanh nhân tới văn hóa doanh nghiệp	248
3. Hệ thống tiêu chuẩn đánh giá văn hoá doanh nhân	249
3.1 Tiêu chuẩn về sức khỏe	249
3.2 Tiêu chuẩn về đạo đức	250
3.3 Tiêu chuẩn về trình độ và năng lực	251
3.4 Tiêu chuẩn về phong cách	252
3.5 Tiêu chuẩn về thực hiện trách nhiệm xã hội	252
Câu hỏi và tình huống thảo luận	254

CHƯƠNG 5 VĂN HOÁ DOANH NGHIỆP	257
--------------------------------------	-----

1. Tổng quan về văn hoá doanh nghiệp	258
1.1 Khái niệm văn hoá doanh nghiệp	258
1.2 Các cấp độ văn hoá doanh nghiệp	260
1.3 Tác động của văn hoá doanh nghiệp đối với sự phát triển của doanh nghiệp	264
2. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hình thành văn hoá doanh nghiệp	267
2.1 Văn hoá dân tộc	267
2.2 Nhà lãnh đạo – người tạo ra nét đặc thù của văn hoá doanh nghiệp	273
2.3 Những giá trị văn hoá học hỏi được	278