

Ondernemen roept regelmatig ethische vragen op zoals bij de verplaatsing van werkgelegenheid naar lagelonenlanden, bij het plaatsen van UMTS-zendmasten in de buurt van woningen, en bij het vaststellen van het salaris van topmanagers. Keer op keer gaat het over de verantwoordelijkheid van ondernemingen ten opzichte van belanghebbende partijen binnen en buiten de onderneming en ten opzichte van de samenleving.

Dit studiemateriaal bestaat uit een boek en vijf elektronische leerobjecten. De elektronische leerobjecten hebben betrekking op vijf thema's: reclame, productveiligheid, arbeid, duurzaamheid en stakeholders. Hierin maakt de student kennis met de praktijk door de behandeling van real-life casus. Deze casus bestaan uit fragmenten van onder meer Twee Vandaag en het NOS Journaal, uit vragen met feedback en uit leesteksten met achtergrondinformatie.

Het boek biedt het theoretische kader en de basisvaardigheden die nodig zijn om de vijf thema's te kunnen uitwerken. In vijf hoofdstukken wordt een basis gelegd voor een theoretische en praktische hantering van morele vraagstukken. De nadruk ligt op de verantwoordelijkheid die ondernemingen hebben. Ook biedt dit boek een aantal ethische denkkaders, gebaseerd op normatief-ethische theorieën, en een model waarmee morele problemen geanalyseerd kunnen worden. Doel is studenten zelf te laten nadenken over ethische vragen en ondernemen. Studenten wordt dus niet voorgeschreven wat wel en niet toelaatbaar is, maar hun morele competentie wordt ontwikkeld en verbeterd. Dit alles wordt geïllustreerd aan de hand van een groot aantal casus en voorbeelden, zoals de activiteiten van Shell in Nigeria, de samenwerking tussen TNT en het World Food Program, het ontwerp van de Ford Pinto en de Bouwfraude.

ISBN 90 5574 507 3