

MBA 商业伦理课程“五点一线” 教学改革设计与实践

杨艳,喻家奥,丁红,赵洱崇

(北京理工大学 管理学院,北京 100081)

摘要:课程是人才培养的核心,课程教学是高校实现人才培养目标的基本途径。作为面向商业管理实践的 MBA 教育,系统性地开展商业伦理课程设计,对于培养符合新时代要求的高水平商科人才具有重要意义。围绕培养社会主义建设者和接班人的总体目标,商业伦理课程应该以培养有家国情怀、有理想信念、有思辨能力、有责任担当的新时代优秀管理人才为主线,围绕“盲点、重点、难点、痛点、精点”,以创景导入和思政融入的方式,通过案例讨论、主题辩论、演讲、角色扮演以及伦理调研等多元化手段,帮助学生实现从知识传授到能力提升和价值塑造的升华。

关键词:MBA;课程教学改革;“五点一线”;课程设计;商业伦理

中图分类号:G420

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2025)05-0038-08

党的二十大报告明确指出,要坚持为党育人、为国育才,全面提高人才自主培养质量,着力造就拔尖创新人才^[1]。对于高校而言,课程教学事关人才培养的质量,是培养拔尖创新人才的基础性工程。如何科学有效地进行教学设计与改革,通过课程教学为拔尖创新人才培养奠定坚实的基础,是高校必须着力解决的重要课题。工商管理硕士(Master of Business Administration, MBA)教育同样面临着适应时代需要的课程教学改革议题。在数字社会和万物互联时代,在百年未有之大变局中,商业伦理比以往任何时候都显得更为重要。在商学院中,几乎很难找到一门比商业伦理更为重要的课程^[2]。在此意义上,可以说商业伦理课程教学的质量决定了 MBA 的培养质量。因此,加强 MBA 商业伦理课程教学的研究与改革设计,对于提升 MBA 培养质量、造就高水平的新时代优秀管理人才具有重要意义。本文立足 MBA 商业伦理课程教学实践,提出了“五点一线”的课程教学设计,旨在探索 MBA 教育的人才培养和教学改革。

1 MBA 商业伦理课程教学的现状分析

在全国工商管理专业学位研究生教育指导委员会、各专业机构和学术自治组织的推动和支持下,我国商业伦理教育在课程设置、师资队伍、教学方式等方面取得了长足进步。经过近二十年的发展,国内高校商业伦理课程呈普遍开设之势,从“普及程度非常之低”^[3]到如今的基本全覆盖。与此同时,案例教学、案例比赛、主题研讨、伦理电影、小组讨论、伦理辩论、伦理游戏、角色扮演等多元化的教学方式纷纷被引入 MBA 商业伦理课堂中。

从世界范围来看,商业伦理教学一直缺乏普遍接受的标准,各院校在课程教材、教学方法、课程师资、课程评价等方面存在着巨大差异^[4]。我国商业伦理教育取得了令人瞩目的成绩,但也存在一些问题,具体表现主要有以下几方面。一是教学师资素质结构不均衡。授课教师水平层次不一,有些教师专业伦理素质不足^[5],缺乏全方位育人的大局观^[6],不能以身作则提升学生的伦理素养。大多数授课教师的知识结构要么偏哲学伦理而缺乏商业管理知识和经验,要么偏商业管理

收稿日期:2025-04-01

作者简介:杨艳(1978—),男,四川南充人,副教授,博士,主要从事工商管理、公共管理学科研究。

而哲学伦理素养不足,并且面临一种“无错误文化”的压力,教授商业伦理课程的意愿与动力不足^[7]。二是教学内容差异化明显。由于缺少关于教材和教学大纲的统一标准,各高校选用的教材及材料存在显著差异,有些教学案例陈旧,跟不上当前复杂的商业形势,甚至仍存在大量引用国外教材、缺乏中国情境化案例的情况^[8],体现出我国商业伦理特点的本土化教材匮乏。三是教学方法“虚假繁荣”。很多教学方式已被引入课堂教学中,但案例教学仍是最常用的,且通常是由授课教师进行单一形式的讲解^[9]。四是教学效果难以令人满意。由于缺乏有效的教学设计,学生学习的主动性和积极性不高,缺乏伦理判断和决策的实际运用能力。更糟糕的是,不合理的课程设计和教学方式会恶化学生对商业伦理的看法。一项针对波兰大学 307 名管理学专业学生的调查表明,没有参加商业伦理课程学生的道德意识更高,而参加过商业伦理课程的学生反而呈现出更低的道德意识^[10]。

这些问题产生的原因可能有以下几点:第一,商业伦理课程教学缺乏规范化标准,呈现出“自主性混乱”,其中最明显的混乱就是知识体系的“多元化”。知识体系确定了教与学的基本框架,商业伦理课程到底应该教什么,或者说学生应该学什么,这取决于学生不知道什么而非教师知道什么,任何学生都可能存在知识盲点,有效的课程教学必须从学生的知识盲点出发。第二,商业伦理课程理论性强、内容较为抽象,多数 MBA 学生面对商业伦理课程的最初感受就是难学。一方面,商业伦理问题复杂且多有争议,难以有明确的答案,商业伦理课程很难受人欢迎^[11];另一方面,课堂上一些价值观念的碰撞,常常会给学生带来负面的情绪反应和糟糕的体验^[12]。2019—2022 年,笔者连续三年在 MBA 商业伦理课堂开展课前、课中和课后调查问卷,其中一道题目是“要求现阶段的企业承担社会责任是一种奢侈”,调查学生对企业社会责任的看法。结果显示,认为该说法正确的学生所占比例由课前的 5.38%降低到了课后的 4.38%,认为该说法完全不正确的学生比例则由课前的 35.38%提高到了课后的 42.50%。这表明,一方面商业伦理课程能够在一定程度上提升学生对于企业承担社会责任的重要性的认识,但另一方面,结果多少是令人沮丧的,因为即便是完

成全部课程学习后,仍有 53.13% 的学生认为该说法具有一定道理,甚至还有 4.38% 的学生认为企业没必要承担社会责任(这可能涉及对企业社会责任的理解)。因此,如何解决课程内容的难点,精准化解学生的困惑,树立其对商业伦理与企业社会责任的正确认识,是教学的关键所在。第三,MBA 学生大多具有多年的工作和生活经验,在课堂中通常会发现伦理认知和现实行为存在矛盾,如果不能正确认识到课程培养目标与学生期望间的不匹配^[10],不能直面学生在课程学习中的痛点,可能会恶化学生的伦理判断和行为,这是商业伦理教学应极力避免的结果。

2 “五点一线”的课程教学设计

商业伦理教育在 MBA 培养体系中具有越来越重要的地位。2018 年,商业伦理被设置为 MBA 课程体系的核心课程之一。与此同时,全国 MBA 教指委和一些著名高校、学者为提升我国商业伦理课程教学付出了不懈努力,取得了良好成效。作为一门核心课程,商业伦理到底应该教什么?怎么教?为谁而教?最终要达到什么目的?笔者所在学校的商业伦理课程组在 MBA 课程教学中不断总结和反思,建构了“五点一线”的教学设计模式。

2.1 以人才培养为主线

作为一门应用性课程,商业伦理的教学目标不能仅局限于单纯的知识传授,还应致力于改变学生的认知能力和伦理态度,不能仅注重个人的理性训练,还应关注个体道德情感和态度^[13]。商业伦理课程的目标是提高学生的认知、行为和管理能力^[14],涵盖了伦理意识、认知、判断以及行为的各个方面。值得注意的是,西方学者们尤其强调知识与能力的达成,但很少提及价值观的塑造。

教育的根本任务是立德树人。党的十八大以来,习近平总书记在不同场合强调高等教育的任务是要“培养社会主义建设者和接班人”。2019 年,习近平总书记在纪念五四运动一百周年的大会上激励广大青年要努力成为有理想信念、有责任担当、有作为奉献、有道德情怀的新时代青年^[15]。同年,在十九届中央政治局第三十五次集体学习时,习近平总书记强调要努力培养造就更多具有坚定理想信念、强烈家国情怀、扎实法学根基的法治人才^[16]。2024 年 5 月,习近平总书记对学校思政课建设作出重要指示,强调要努力培养

更多让党放心、爱国奉献、担当民族复兴重任的时代新人。研究生教育承担着培养高层次人才的重要使命^[17],是深入推进创新驱动发展战略、建设创新型国家的核心要素^[18]。我国研究生教育包括 MBA 教育的人才培养必须坚决贯彻落实习近平总书记关于教育的重要论述,必须服务于“培养社会主义建设者和接班人”的总目标。为此,课程组在商业伦理课程中对“社会主义建设者和接班人”进一步画像,将课程目标分解为家国情怀、理想信念、思辨能力和责任担当四个方面的要求,作为贯穿课程教学的主线。围绕这一主线,课程组系统提炼并聚焦于课程的盲点、重点、难点、痛点和精点,辅以多样化的教学方式,努力实现知识传授、能力训练和价值塑造的三位一体。第一,知识传授方面,围绕重点,提炼精华,帮助学生系统掌握商业伦理课程的知识体系,深刻理解知识结构的内在逻辑。第二,能力培养方面,瞄准盲点,化解难点,通过多元化的教学方式和手段,让学生掌握伦理判断的理论依据和决策步骤,提高分析问题、解决问题的能力。第三,价值塑造方面,直面痛点,以创景导入等方式帮助学生提高道德敏感性,增强伦理意识,厚植家国情怀,敢于承担责任。

该课程的教学内容遵循“问题导入—知识准备—识别问题—分析问题—实践推进”的逻辑,介绍了伦理判断的理论依据和影响因素,构建了识别伦理问题的框架,并从个体、组织、社会、全球化四个层面进行了具体分析,最后从内部治理和外部推动两个方面讨论了商业伦理建设的途径。该课程在教学过程中充分运用数字技术,通过线上线下多途径开展教学授课。目前,课程已上线中国大学 MOOC(慕课)、乐学平台、雨课堂、学堂在线等线上平台,利用信息技术实时呈现课堂教学、讨论互动的情境和结果。教学中增加了数字人与学生实时互动,在线回答学生们提出的问题,授课教师在后台把控数字人的回答质量。除此之外,授课教师每周会定期在线答疑,解决学生们在课程学习中的疑惑。

2.2 “五点式”课程教学设计

“五点式”课程设计具体情况如图 1 所示。

第一,找准盲点。盲点是学生在课程学习过程中认识不到或容易忽视的知识内容,即学生对该部分内容了解不足或完全无知。盲点会成为影响学

生全面、系统掌握课程知识的障碍,有效的教学必须瞄准学生的知识盲点。现实中,部分课程教学往往是教师知道什么讲什么,而不是从学生不知道什么出发,因而教学往往成为“剃头挑子一头热”的教师“个人秀”,难以激发学生学习兴趣。

第二,抓住重点。重点是同类事物中主要或重要的部分。课程的重点是该门课程最基本、最重要的核心内容,具体包括基本概念、基本理论和基本技能,是对学生有较大应用价值和实际意义的内容。以商业伦理课程为例,其重点是正确认识并理解商业伦理概念、伦理框架和原则、伦理判断的理论依据和标准、主流价值观和商业伦理领域中的问题,学会在具体情境中进行分析 and 判断,给企业提出相关建议、出具企业可持续发展报告和评估报告等^[19]。把握好课程的重点有助于教师和学生在学习过程中分清主次、抓大放小,让学生在有限的课时里有效地获得关键知识和技能,并在现实社会中加以正确地运用。

第三,解决难点。难点是问题不容易解决的地方,是学生在课程学习中较难理解的部分,这既可能来源于学生的盲点,也可能来源于课程的重点内容。商业伦理课程的难点主要存在于理论与实践两个方面。理论方面指的是商业伦理理论本身,即商业伦理的概念、原则、基础假设等内容,因其笼统、抽象、富有思辨色彩而难以被理解,甚至多个伦理标准之间可能还存在冲突,例如结果论与道义论之间的冲突。实践方面来自于理论与现实的藩篱,包括两点:一是学生难以将课堂上所学到的知识熟练运用于商业实践中,难以在具体情境中获得真实的伦理体验进而形成伦理意识,提升伦理判断能力;二是“伦理正确”难以反映到现实中,绝大部分学生在意识理念层面熟知“伦理正确”,但却难以在行动中坚持“正确的伦理”或者说不知道如何坚持。

第四,直面痛点。痛点多指尚未被满足的需求。教育应该更多地关注刺激和挑战,而不只是简单地传递信息,这些刺激和挑战对于课堂中的学生而言可能意味着痛苦甚至不适。当课堂教学过于清晰、全面地阐述知识内容时,就会给学生留下一一种虚假的高度掌握感,而在课后无法留下任何印象^[20],有效的课程教学需要挖掘学生的痛点。商业伦理课程的痛点主要存在于以下几个方面:第一,“此学非彼学”,即当前所学颠覆了之前

所学而难以转换并接受,尤其是某些观念根深蒂固。例如,长期以来很多人误解了道德的规范性本质,认为道德只是存在于人们心中的伦理法则而不具有法律那样的外在表现形式,又如有些人将功利主义中的“功利”等同于“实用”进而将其庸俗化为“不道德”。第二,“所学非所愿”,部分同学对学习过程中所暴露出的知识短板、偏见而不愿面对和承认,因此在面临伦理意识、伦理判断和行为选择发生改变时常常陷入痛苦中。第三,“所学非所是”,伦理具有很强的在地性(localization),尽管商业伦理没有国界,但是不同国家、不同领域、不同历史时期的商业伦理问题具有明显不同的特征和表现。这意味着商业伦理教学必须紧密贴合学生的文化背景、工作经历及所处的社会场域。这主要体现在本土化教学案例和教材的匮乏,尤其是在案例选用时,积极正面的案例多来自西方,消极负面的案例多来自本土,进一步强化了学生的负面情绪和糟糕体验。

第五,提炼精点。这里的精点是指对课程精华的总结概括,往往是一门课程中最吸引人、最具特色的部分,也是学生最关心和最感兴趣的地方。精点与课程内容框架、教学安排有密切的联系。从内容上看,全国工商管理专业学位研究生教育指导委员会将商业伦理课程的内容分为商业伦理基础、企业社会责任、伦理决策分析、商业伦理建设四大模块,因此商业伦理课程的精点无外乎这四个方面。此外,商业伦理具有强烈的时代特征,要求课程能与时俱进地将学科前沿、国内外最新研究进展、时事热点、发展动态、变化趋势融入课堂教学。当然,精点到底包括哪些内容,取决于具体的课堂教学安排及其开展过程。在此意义上,精点是一门课程最具“个性化”的内容,充分体现了授课老师和学生鲜明的特征。

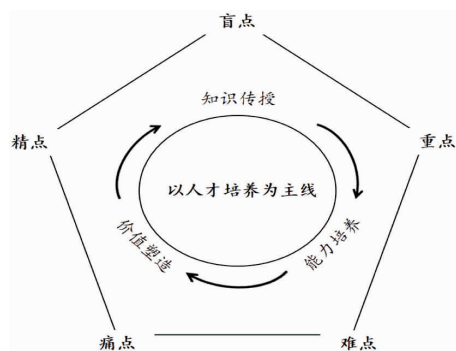


图1 “五点一线”课程教学设计模式图

3 MBA 商业伦理课程“五点一线”课程教学实践

基于上述“五点一线”的教学设计,自2018年起,课程组在MBA以及部分本科生的课堂教学中进行了实践探索,旨在为MBA人才培养和教学改革提供可靠的样本。

3.1 融入“延安根、军工魂”,培养新时代的领军人

高校人才培养必须充分挖掘自身特色和优势,为不同行业、不同领域培养让党放心、爱国奉献、担当民族复兴重任的社会主义建设者和接班人。党的二十大报告提出“推动理想信念教育常态化制度化,持续抓好党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史宣传教育”^[1],历史是最好的教科书,以史为鉴,学史能明理、增信、崇德、力行。作为中国共产党创办的第一所理工科大学,北京理工大学始终坚持为党育人、为国育才,坚持德育为首、红专并举的“红色育人路”,学校深厚的红色基因和历史血脉成为商业伦理课程教学最重要的出发点,课程组充分利用学校资源,将“延安根、军工魂”的红色基因融入课程教学。商业伦理教育是一个系统工程,将道德伦理融入商业课程是最佳的教学方式^[21]。学校和学院非常重视商业伦理教育,实行独立开设与融合相结合的模式^[22],赋予商业伦理教育和课程教学充分灵活性。融合是指通过其他课程或联合课程以及丰富多样的校园活动、社会实践开展伦理教育。例如,学生入校第一课就是校史校情教育,集中参观校史馆、国防文化主题广场和国防主题文化园,通过校史校情学习来体会党史、新中国史、改革开放史和社会主义发展史,以史正衣冠,扣好入校的第一颗扣子。独立开设是指开设专门的商业伦理课程,旨在传授学生基本伦理知识,通过伦理主题辩论、小组讨论、角色扮演、案例分析等方式提升学生分析问题、解决问题的能力,尤其是注重学生思辨能力的训练。商业伦理课程无疑是课程思政的重要载体,具有价值重塑和社会责任引领的思政性质^[23]。课程组充分挖掘课程中的思政元素:一方面将党史校史中的经典故事和人物引入课堂,传承红色基因,赓续红色血脉;另一方面注重引入社会主义核心价值观、我国优秀传统文化、现行法律制度和伦理道德规范、我国企业的成功经验以及新中国成立以来所取得的重大成就等,着力讲

好中国故事,引导学生树立正确的价值观、是非观和义利观,将自身发展与国家发展和人民需要相融合。

3.2 课前与课中相连贯,见微知著找盲点

学生的知识盲点是课程教学的靶心。有效的课程教学不是老师知道什么就讲什么,而是要根据学生不知道什么而讲什么。MBA 学生来源较为复杂,学历层次、专业领域、工作经验、行业背景、企业性质等差异较大,相应的知识结构和知识盲点有所不同。了解参加课程的学生已掌握的知识,找准学生该门课程的知识盲点,有利于制定有针对性的教学计划,一方面可以避免知识重复,对授课内容进行合理取舍^[24],另一方面可以评估并指导学生是否有必要参加此门课程以及学习的方式^[25]。找盲点需要在课前下足功夫,在课中随时进行。一是开课前的问卷调查。每次课程开课两周,授课老师在选修该课程的同学中发放问卷,了解学生的知识结构以及对课程的期望等。问卷结果显示,在开课曾选修或了解过商业伦理课程的学生只占到了总体的 23.85%,有 48.85% 的学生在此前阅读或了解过企业社会责任报告,但仍有超过一半(51.15%)的学生从未听说过这一报告。二是开课前的学生访谈。访谈对象包括班长、学习委员和课代表,同时随机抽取 10% 的同学进行访谈,进一步了解班级同学的总体知识背景 and 基本要求。三是开课前的知识讲座。正式开课一周,授课教师通过讲座形式对本门课程涉及的基本概念、相关学科等进行综合介绍,目的是重新激活学生此前所习得的知识和技能,尽量确保选课学生的知识和技能在正式开课时达到一致水平,从而利于课程教学的统一开展。找盲点也需要在课中随时进行。最常用的方式就是每节课前的预习测试和随堂测试。课程进行中的盲点测试,可能会面临教学时间不足、教学计划调整等诸多不便,但这是查漏补缺最有效的方式,可以及时补足学生的知识短板,避免学生的问题越积越多。从方式上看,除了问卷、访谈和测试外,还可以有针对性地引入案例故事、社会热点、新闻舆论,提出问题,引发学生思考、感知自己知识的盲点或不足,从而为教学提供有效的参考。

3.3 线上线下相贯通,抓大放小把重点

突出重点是课程教学的基本要求,把握重点是学生学习的基本任务。经过几年的教学摸索,

课题组将该门课程的重点内容总结为四大模块:商业伦理理论、伦理决策、企业社会责任、商业伦理建设。其中,商业伦理理论模块主要包括基本概念、商业伦理的客观性认识、伦理判断的理论依据;伦理决策模块主要包括伦理决策的影响因素、基本步骤和分析框架;企业社会责任模块主要包括基本含义及类型、理论演进及主要流派、面向重要利益相关者的责任;商业伦理建设模块主要包括企业文化建设、企业的内部治理和外部推动。对于学生而言,教师通过梳理课程知识体系并突出重点,能够帮助其从琐碎的课程内容中找到主线,理清学习思路,有计划、有步骤地主动学习此门课程。对于教师而言,教学重点是课程教学安排的主要依据,占据了课堂教学的大部分时间。该课程通过线上线下相结合的方式开展重点内容的教学。针对重点章节及重点模块内容录制教学视频,分别上传至中国大学 MOOC(慕课)、学堂在线、乐学等平台,便于学生课前预习和课后复习。非重点内容主要由学生在课外时间自学,课堂上一般只进行简单串讲,不占用过多时间。目前该课程主要依托乐学平台开展重点内容教学,并将 AI(Artificial Intelligence,人工智能)技术充分融入教学过程,例如利用 AI 技术生成知识图谱,依托 AI 助教在线回答学生问题。此外,该课程的结课成绩由平时成绩和期末成绩两部分构成,各占 50%,而期末考试全部围绕课程重点内容设计题型,以此来督促学生认真学习和把握课程的重点内容。

3.4 直觉与推理相结合,去伪存真化难点

难点解决不好,可能成为课程教学中的堵点和痛点。因此,有效的课程教学必须善于解决学生面临的难点问题。在商业伦理课程教学中,学生普遍反映的难点有:一是理论和原则太抽象,不好理解;二是道德和伦理原则难以运用到现实中。来自学生的调研数据显示,商业伦理课程的难点主要有无法正确定义工作中的不道德行为、不清楚塑造企业价值观的影响因素有哪些、不明白作为员工若发现企业违背伦理道德的行为应该如何处理,以及在求职过程中如何判断一个企业的价值观是否健康等等。相对应的,期望通过课程学习提高伦理分析与判断能力的学生占比最高(26.14%),接下来依次是:掌握处理与各利益相关者关系的技巧(23.74%),塑造商业伦理价值观及正直、诚实的

品格(18.70%)、提升对商业伦理问题的敏感性(15.59%),了解商业伦理相关理论和道德规范(13.43%),其他(2.4%)。针对理论上的难点,授课老师主要采取在线答疑和课堂精讲的方式。理论与现实结合的难点,这是其他课程也会碰到的普遍性难题,除了答疑、辅导、精讲等方式外,课程组重点采用创景式教学方式,即创设情境抛出问题,以小组讨论或分组辩论等方式进行探究。在分组前,教师要求学生根据直觉判断自己秉持什么观点或应该采取什么行动,分组时则根据与直觉完全相反的结果来分组,要求学生全力以赴去论证与自己直觉相反的结论或方案,由此来锻炼学生的推理能力,增强其对难点的理解吸收,更重要的是这种训练可能会推翻学生此前的直觉判断,而偏见或歧视往往隐藏于这些直觉之中。

3.5 历史与逻辑相统一,求同存异去痛点

一门课程是否有效,关键在于其能否解决学生在学习成长中的困惑和痛点。调研学生的学习特点和规律,进而定位学生的需求痛点是提升和改进课程建设的首选^[26]。在学习前,很多同学将商业伦理课程视为思政课、国情课或与之类似的课程。在“政治正确”和“伦理正确”的普遍氛围中,再去给学生泛泛地讲授道德观念和伦理原则,效果不但不好,还可能会恶化学生对商业伦理的认识。调查结果显示,79.35%的学生倾向于在课程中多增加最新的真实的企业案例,从而启发自己在未来工作中正确处理商业伦理与社会责任问题;26.09%的学生期望授课教师为其工作中的伦理困境提出有效建议,传授应对职场中不道德行为的方法与技巧。基于此,课程组根据成年人的学习特点和规律,有意地挖掘学生已有知识体系中可能存在的与现实或社会主流价值观不一致的观点,尤其是一些可能有所偏颇的常识。

根据学生在商业伦理课程学习中不同的痛点,课程组有针对性地采取相应的教学方式。一是聘请校外导师和企业家走进课堂与同学交流。当学生意识到当前所学与以前所学有出入而难以转换观念时,或者在小组合作中成员间对某一伦理问题意见不一致甚至针锋相对时,又或者教师讲授仍无法让学生切实体会到在相互冲突的商业伦理观点中做何选择时,请校外专家走进课堂、面对面交流不失为一种有效的方式。他们现身说

法,讲述心路历程、成长经历和某些艰难的抉择过程,对学生而言是真实而又鲜活的参照样本,从他们的历史中体悟道德和伦理的真谛。二是创景式小组讨论。除了上述根据学生直觉的相反结果进行分组外,有时还会要求小组讨论必须给出一致结论,并提交书面报告或进行课堂展示等,这种方式不仅能锻炼学生的反思能力,有效提高学生的伦理意识和分析问题解决问题的能力,还能让学生体会到现实中伦理决策的困境,领悟伦理决策背后的逻辑。这种创景式讨论既可能涉及企业高层的战略决策,例如以某咖啡、某岛等事件改编的董事会决策,亦可能是来自生产或业务部门的管理决策,如为抢占市场必须及时推出但有印刷错误的广告、生产环节中是否使用不在环保清单内但又安全的材料等情景,还可能是来自组织成员个体之间的伦理冲突,如因相貌、怀孕、地域等引起的歧视。三是自编教材和案例库。商业伦理课程教学的痛点不仅仅是学生会面临的,授课教师也会遇到,其中一个痛点就是缺乏本土化的教材和案例。毋庸讳言,当前国内教材多是参照国外的教材体系,其中很多所谓成功的案例来自西方国家,而失败的案例则多是中国本土的。试问,当老师自己内心都无法说服自己时,如何去教育和引导学生?经过几年教学的思考总结,课程组自编了教材,自建了案例库,教材设计了全新的理论体系并充分融入思政元素,案例库以学生提供的来自身边的小微案例为主。

3.6 现实与未来相结合,化繁为简凝精点

课程中的精华取决于教师和学生在学习中的互动和付出。教师用心教、学生用心学,必能碰撞出火花,成为课程中最出彩的部分。一般来说,课程中的精点既可能来自盲点的打开,也可能来自重点的梳理,还可能来自难点和痛点的化解。就近几年的教学实践来看,该课程的精点主要来自于课程体系本身和面向未来的思考与展望。作为高层次人才培养的研究生教育,一门课程结束后到底要达到什么目标?如果说能力提升、价值观塑造、人格养成等目标不是一门课所能实现的,那么建立起本门课程的知识体系应该是最直接也较容易实现的基本目标。根据课程组观察,最后一节课的总结往往是学生最感兴趣的环节之一,主要原因是课程组在总结时会用大量时间对本门课程的知识结构和逻辑层次进行系统梳理,再次帮

助学生建立起系统的知识体系和框架。此外,学生最感兴趣的另外一个点是学习这门课有什么用,与现实有什么关系。因此,课程组在教学中,会结合学生的兴趣点,随时关注国内外商业伦理的最新研究进展与发展动态,把握社会商业伦理热点问题及事件,将商业伦理领域内的新理论、新方法、新知识和新案例及时补充更新到教学内容设计中,或者发布到教学平台上,引导学生思考和讨论,从而帮助学生打开视野,知现实,晓未来。

总而言之,商业伦理课程教学的改革设计应立足于培养社会主义建设者和接班人这一根本目标,实现思政元素与专业知识的有机融合,围绕盲点、重点、难点、痛点和精点,系统设计课程教学,激发学生的学习热情,促进知识传授、能力训练和价值观塑造的一体化。关于课程教学的任何尝试和探索都是值得鼓励的,即使其成效可能不会立即显现。目前,关于商业伦理教学缺乏有效的课程评估框架,下一步课程组将开发课程项目评估框架,其中很重要的一个维度是评价课程结束后学生的行为会发生哪些变化以及如何变化^[27],同时将评估结果反哺课堂教学,以促进商业伦理课程教学的质量提升,从而为我国商业伦理教育的高质量发展提供可靠的经验样本。

参考文献:

- [1] 习近平:高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗:在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL].(2022-10-25)[2025-04-01].https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
- [2] FRIEDLAND J. Doing well and good: the human face of the New Capitalism[M]. Paris:IAP, 2009: 26.
- [3] 戚安邦,姜卉.我国MBA商业伦理教育普及性分析及对策研究[J].学位与研究生教育,2007(10): 8-12.
- [4] SCHEIN D D. Teaching undergraduate business ethics: Comparing course structure and faculty goals[M]. Charlottesville: University of Virginia, 2005: 1.
- [5] 黄文琳.大学生培养中商业伦理教育的缺失与对策[J].萍乡高等专科学校学报,2014(5): 88-91.
- [6] 施国强,王娜,吴蓉娟,等.商业伦理教育运用于高校课程思政工作的实践研究[J].高教学刊,2019(2): 176-178.
- [7] CHENG P Y. University lecturers' intention to teach an ethics course: a test of competing models[J]. Journal of Business Ethics, 2015(2): 247-258.
- [8] 郑琳琳.高等院校商业伦理课程教学探讨:新课改教育理论探究:第二辑[C].武汉:新课程研究杂志社,2020.
- [9] 陈效林,程永波.工商管理硕士研究生“三位一体”案例教学体系研究:以南京财经大学MBA教学为例[J].研究生教育研究,2021(6):77-84.
- [10] TORMO-CARBÓ G, OLTRA V, SEGUÍ-MAS E, et al. How effective are business ethics/CSR courses in higher education? [J]. Procedia-social and Behavioral Sciences, 2016(228): 567-574.
- [11] SIMS R R, SIMS S J. Increasing applied business ethics courses in business school curricula[J]. Journal of Business Ethics, 1991(10): 211-219.
- [12] SIMS R R. Business ethics teaching for effective learning [J]. Teaching Business Ethics, 2002(6): 393-410.
- [13] GRISERI P. Emotion and cognition in business ethics teaching[J]. Teaching Business Ethics, 2002(3): 371-391.
- [14] FERNANDO M. A social innovation based transformative learning approach to teaching business ethics[J]. Journal of Business Ethics Education, 2011(1): 119-138.
- [15] 习近平:在纪念五四运动100周年大会上的讲话[EB/OL].(2019-04-30)[2025-04-01].https://www.gov.cn/xinwen/2019-04/30/content_5387964.htm.
- [16] 习近平主持中共中央政治局第三十五次集体学习并发表重要讲话[EB/OL].(2021-12-07)[2025-04-01].https://www.gov.cn/xinwen/2021-12/07/content_5659109.htm.
- [17] ZHANG M. Discussion on elevation policy of graduate courses teaching quality[C]// Proceedings of the 2016 international conference on management science and innovative education. Paris:Atlantis Press, 2016: 339-341.
- [18] 雷娜.新时代经管类研究生课程思政建设推进策略[J].黑龙江教育(高教研究与评估),2023(12): 65-67.
- [19] FINE M A, ULRICH L P. Integrating psychology and philosophy in teaching a graduate course in ethics[J]. Professional Psychology: Research and Practice, 1988(5): 542.
- [20] TURNBULL D, KIRKALDY J S, HILLIARD J E, et al. On the teaching of a graduate course in phase transformations[J]. JOM, 1975(9): 24-29.
- [21] JAGANJAC B, ABRAHAMSEN L M, OLSEN T S, et al. Is it time to reclaim the “ethics” in business ethics education? [J]. Journal of Business Ethics, 2023(1): 1-22.

- [22] WARNELL J M M. An undergraduate business ethics curriculum: Learning and moral development outcomes [J]. *Journal of Business Ethics Education*, 2010(7): 63–84.
- [23] 王璟珉,张晴. 倡导商业价值塑造注重社会责任树立:“商业伦理”(双语)课程思政建设探索[J]. *山东教育(高教)*, 2020(12):34–35.
- [24] 杨瑞.新商科背景下基于 OBE 理念的消费者行为学课程教学改革探索[J].*河南财政税务高等专科学校学报*,2023(6):76–80.
- [25] STEENEVELD G J, DE ARELLANO J V G. Teaching atmospheric modeling at the graduate level: 15 years of using mesoscale models as educational tools in an active learning environment[J]. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 2019(11): 2157–2174.
- [26] 刘丽娟,袁曦临,杨明芳.锚定用户需求痛点的学科服务钩状模型研究[J].*图书情报工作*,2019(15): 60–67.
- [27] HAGOPIAN E J, ADAMS R B, MACHI J. Americas hepato-pancreato-biliary association HPB ultrasound and advanced technology post-graduate course: overview and review[J]. *Surgery Open Science*, 2023: 35–40.

Design and Practice of “Five Points and One Line” Teaching Reform of MBA Business Ethics Courses

YANG Yan, YU Jiaao, DING Hong, ZHAO Erdong

(School of Management, Beijing Institute of Technology, Beijing 100081, China)

Abstract: The course is the core of talent cultivation and course teaching is the fundamental approach for universities to achieve talent cultivation goals. As an MBA education oriented to business management practice, the systematic design of business ethics courses is of great significance for cultivating high-level new business talents who meet the requirements of the new era. Focusing on the overall goal of cultivating socialist builders and successors, business ethics courses should focus on cultivating outstanding management talents in the new era with feelings of home and country, ideals and beliefs, critical thinking ability, and responsibility. Centering on “blind spots, key points, difficulties, pain points, and fine points”, business ethics courses should import the created scenario and integrate ideological and political education. Through case discussion, thematic debate, speech, role play and ethical research, we can help students to achieve the sublimation from knowledge transfer to ability improvement and value shaping.

Key words: MBA; course teaching reform; “five points and one line”; course design; business ethics
(责任校对 王小飞)