

教育部教學實踐研究計畫成果報告

Project Report for MOE Teaching Practice Research Program (Cover Page)

計畫編號/Project Number：PBM1100900

學門專案分類/Division：商業及管理學門

執行期間/Funding Period：2021-08-01 ~ 2022-07-31

企業倫理困境：應用道德討論教學法於專業倫理課程之教學
實踐研究

(配合課程名稱：企業倫理與社會責任)

計畫主持人(Principal Investigator)：張秀樺

執行機構及系所(Institution/Department/Program)：逢甲大學企業管理學系

成果報告公開日期：

立即公開 延後公開(統一於 2022 年 9 月 30 日公開)

繳交報告日期(Report Submission Date)：2022-08-01

壹、研究動機與目的(Research Motive and Purpose)

一、教學實踐研究計畫動機

目前各大專院校積極地開設倫理道德相關課程，除了通識教育的一般倫理課程外，各學院也配合系所專業開設了專業倫理課程，誠如商管學院各系所會開設企業倫理與社會責任此一課程，因此一課主要讓學生了解企業在營運的同時，亦須考量企業內外利害關係人之權利，並善盡社會責任，因此，企業倫理與社會責任此課程從個人道德認知發展角度來刺激學生對事物的道德判斷與思考能力，並從企業角度來思考企業在以利潤為核心的商業經營模式下，如何考量社會面與環境面之永續發展，以創造出更優質的競爭能力，進而提高產業與國家競爭力。然而，倫理道德的教導非一蹴可及，無法僅透過書籍與專業知識的單向授予，就像無法只看書就可以學會游泳般，因此，此一學科必須透過得以引發學生對行為對錯的認知、反思與判斷之過程，逐步對事件之倫理困境與兩難進行探討來形成或提升正確的道德規範與決策行為，而如何透過教材教案的設計與應用來使學習成效倍增實為重要。

目前大專院校在企業倫理與社會責任的教學規劃與設計上，無論是透過面對面教學或線上教學等模式，多以理論講授輔以企業案例分析來進行之，或透過電影賞析來進行倫理道德行為決策之探討，但是無論是個案分析或是電影賞析，教案內容多以判斷企業策略或管理者行為之對或錯，並依據認知到的問題給予適當的行動建議，此易造成學生在沒有明顯出現道德困境與兩難的教案中，難以評判，亦難以引發對於道德問題的意識與自我認知(李怡慧，2018)，甚至因為對個案中企業所處的產業與市場環境的不熟悉而無法產生共鳴，易導致學生因無法理解體會而顯枯燥乏味，學習熱忱與效果亦因此減低。

有鑑於此，本教案在設計上，將採用「道德討論教學法(Dilemma-based teaching)」進行教案的設計、導入與探討，讓學生得以在具有兩個道德問題以上的短情境中，提出自我觀點與行為決策。課程規劃中，以簡單、有趣並且具備道德刺激與衝突之情境來讓學生得以從個人既存的道德觀點進行探討，並透過小組的分享、組別間不同觀點的衝突與互動，來提高個人道德層次，進而激發事件的行為決策。另外，反思過程是引導過程中相當重要的一環，透過教師的協助與引導來讓學生針對各單元中道德情境進行反思與單元學習主題的討論等互動，並鼓勵學生提出自我觀點與應用面的探討，以開放空間(Open space)的思維，提升學生對於倫理與社會責任相關知識的認知、了解與應用，讓學習不受限於教學單向給予，轉以學生自主參與學習意願為主，亦可讓學生從中了解看似枯燥乏味的倫理道德議題轉而認為原來是非常有用的知識，進而產生教與學的互動與直接體驗(direct experience)來產生學習與行為上的改變，達到活潑化教學兼具學習成效之學習。

最後，本計畫期透過教學行動研究法進行研究架構的建構，透過問題的發掘、定義等進行教案的設計與執行，並在執行過程中透過反思、檢討、再規劃與執行等循環迭代過程(林佩璇，2002)，讓教學實踐研究成為一個不斷循環的過程，以有效連結教學設計與執行真實經驗與後續之規劃設計與實踐，發展出有系統的教案與教學實踐計畫。

二、教學實踐研究計畫主題及研究目的

此教學實踐計畫意旨在應用道德討論教學法於企業倫理與社會責任課程的學習，透過道德情境來帶動個人的道德意識、反思與道德層次的提昇，再進而由個人層次的思考提升至企業社會責任相關知識，並以活潑和高互動的討論過程來提高學生學習的喜好與熱誠，因此，本研究目的如下說明：

1. 企業倫理之道德困境系列教案之開發與建構。
2. 於授課場域中建構道德困境兩難之情境劇本討論。
3. 培育道德決策與企業倫理之專業倫理知識與能力。
4. 探討並分析學生學習成效、自我學習成長與解決問題能力。
5. 依據行動研究，探討課程學習與道德討論歷程之模型整合可行方式。

貳、文獻探討(Literature Review)

道德決策模型(moral decision-making model)

道德是人類品行與行為的卓越表現，用來判斷是非善惡的標準，除了強調應該要避免傷害他人，更應可以促進社會整體的快樂，道德也與「德行」有關，涵蓋個人與善惡、傷害、快樂有關的行為與品德。再者，倫理是行為對錯的道德判斷，強調人與人間的道德規範與關係，因此倫理道德屬於個人的價值觀與行為準則。企業倫理則是指在商業活動中的道德原則和標準，強調買方或賣方的行為都需要遵守倫理道德規範，方能順利合作，維持市場的有效性(Al-Khatib, Vitell, & Rawwas, 1997)。

在道德決策四階段行為模式方面，多數學者以 Rest(1986)所提出的模型進行探討(Woiceshyn, 2011)，此一模型涵蓋了道德認知(moral recognition)、道德判斷(moral judgment)、道德意圖(moral intent)與道德行為(moral behavior)等四階段。道德認知是指個人面臨特定議題的道德兩難困境時，對於該情境可能會對他人造成傷害的認知程度；道德判斷則是在道德認知之後所形成的對特定事物的判斷，此一階段的判斷會受到個人倫理道德觀點的影響而對於所面臨的道德爭議進行道德或不道德的判斷，道德判斷也是制定道德決策的核心；接著，在進行道德判斷後，個人道德意圖即會產生，個人會對自認為對的或符合自我道德觀的行動產生行為意圖，並執行此一道德行動。O'Fallon and Butterfield (2005)亦指出個人若愈能知覺到道德議題中的兩難困境，則較能提升個人進行道德判斷的階段，進而有機會提高個人的道德意圖，並產生符合道德原則的行為(Woiceshyn, 2011)。

再者，除了透過個人倫理道德價值觀來進行道德判斷外，Jones (1991)提出事件後果的嚴重性(magnitude of consequences)是個人面對道德困境與判斷時，會考量的依據之一。後果嚴重性是指若特定行為發生的後果會對受害者(或受益者)造成傷害(或受益)的總和程度，總和程度愈大表示結果嚴重程度愈高，道德強度也愈高(Morris & McDonald, 2013)。對於商業上買賣雙方而言，一旦企業在經營上的活動會傷害到社會大眾、生態物種的權益，即會讓人覺得此一行為具備道德爭議與糾紛(Buchanan, 2011)，此一行為亦會被視為不道德或不對的行為決策。

因此，本研究認為在專業倫理課程的教學中，若能導入具備鮮明道德兩難困境之情境劇本，方可讓學生從中進行道德認知、道德判斷、道德意圖與行為的反思與探討，應有助於企業倫理與社會責任範疇的了解，更能從中提高個人在生活與企業策略執行的道德層次。

參、研究問題(Research Question)

本研究目的以互動性、探討性來進行教案設計，將企業倫理與社會知識之專業知識、實務案例與個人經驗進行融合來達到學習成效，以解決教學現場單向知識授予，無法有效培育出能獨立思考專業倫理議題並提出解決方案之人才，更期待從互動性的討論中讓學生除了可以透過道德兩難困境情境中的認知與反思來提高個人道德認知與行為層次外，更可以了解企業倫理與社會責任的範疇與專業知識，為爾後從事各項專業工作中奠定善的行為與正向的社會發展循環。因此，研究主要目的，除了上述的教學目的外，更期望透過研究計畫的執行來了解下列問題：

1. 行動研究法是否得以增強課程學習與道德討論歷程之整合。
2. 道德討論教學法對於提升教學現場的互動性，並提高學生學習成效、自我學習成長與解決問題能力。
3. 道德討論教學法對於專業倫理知識與能力培養

肆、研究設計與方法(Research Methodology)

一、教學設計與規劃說明

(一)教學目標

本課程旨在探討企業應具備之倫理道德規範與社會責任實踐，從個人道德認知與決策模型切入，再行依據各企業功能之主題進行企業倫理道德衝突與兩難困境之探討，並加入職場倫理主題，期以企業立場、利害關係人角度與個人職場投入角色進行廣泛地了解並能應用企

業倫理與社會責任之範疇。在課程教學上採單向授課、小組討論與企業倫理影片製作等多元方式進行，著重於個人與小組對各個倫理困境情境劇本的道德認知與反思之討論，以期透過各主題的了解轉換至分析、應用與實作，以培育學生對於此領域的知識與實務應用技能。本課程學習目標為：

1. 重視道德認知與企業倫理知識的傳授與培養。
2. 透過道德困境劇本的反思與討論，達整合性思考之學習，提升個人道德觀點層次。
3. 以此課程所習得的知識應用於企業決策中，並奠定永續發展商業模式之進階專業領域學科之根基。

(二)教學方法設計與學習程序設計

本計畫在教學方法上採用道德討論教學法進行之，透過簡單、清楚具備道德兩難之情境故事來引發學生對事件的道德認知、行動方案後果考量、道德判斷及行為決策的一系列探討，以達到本課程之教學目標。道德教學法主要目的是透過激發學生正確道德觀，讓學生具備正確且尊重人性與生命的判斷能力(謝明昆，1994)，而道德討論教學法主要是要在教學的過程中透過具備鮮明道德困境之情境來輔助學生進行難以抉擇或進退兩難困境的道德決策判斷，以透過個人對於道德認知意識的形成、道德問題的決策判斷與行為意圖的制定，來提升並引導正確的價值思辨與判斷。因此，道德討論教學法主要在刺激學生的道德判斷與思考能力。本計畫道德討論教學法之步驟乃參考謝明昆(1994)、李怡慧(2018)所提出的流程進行設計，如圖 1，分述如下：

「第一步驟—引起動機」：以引發學生的學習動機為主，教師可以透過探討主題的介紹來讓學生初步認識主題的範疇，並引發學生回憶過去生活中是否有雷同的經驗以產生類化作用。

「第二步驟—閱讀並了解兩難式困境情境」：將依據主題進行設計或挑選具備道德兩難困境之情境讓同學們閱讀，試圖導引同學們能瞭解情境中故事的情節、情境中主角所面臨的道德困境、立場與觀點等，以讓同學們去思考兩難抉擇下各項替代方案可能引發的正、負面後果各為何，讓同學們能以同理心來看待情境中的事件。

「第三步驟—思考並提出個人主張」：請同學們針對上述進行思考後，提出個人對事件的主張和理由，用筆紙寫下來，透過紙筆的書寫一來可以協助釐清個人思緒，二來也可以在無他人壓力下論述自我的觀點。

「第四步驟—小組討論：決定小組決策與理由」：鼓勵小組成員彼此分享對於情境中道德困境的自我觀點，並試圖傾聽他人的主張與推理，藉由相互分享來調整、提升與聚焦後，列出小組成員皆可接受的道德行為決策與理由。



圖 1 道德討論教學法之步驟

「第五步驟—全班討論：傾聽不同推理」：由老師引導各組報告各組的觀點與主張，鼓勵各組提出自我的看法，接著進行全班性的討論，討論過程中可針對各組的異同、不同的角度、不同的評論與思考模式等引導學生接納不同看法。

「第六步驟—反思與重組個人主張」：在透過上述全班性討論與互動後，引導學生對於上述論點的概述推理、思考不同意見的理由與看法，以期望同學們能在聆聽並思考不同觀點後，

得以重組個人的主張與理由，以對該主題之倫理道德困境有所認知與了解。

(三)課程內容設計

課程內容設計方法，以漸進式進行此領域專業知識的學習，故採單元主題模組化設計之，包含倫理與道德、企業倫理與社會責任、職場規劃與倫理、企業倫理影片拍攝等四大單元，並進行6個道德困境情境討論議題的探討。

首先，讓同學們先行了解「倫理、道德與法律」的領域與範疇如何界定，並透過情境故事來引導學生進入倫理困境兩難的探討與思考模式的學習，提升學生對倫理道德的意識與決策模式。此單元配合課程主題融入兩個道德困境情境進行探討。

第二單元則以「企業倫理與社會責任」之專業知識為主進行課程內容的規劃，此單元主題也是本課程的核心教學主題，以企業倫理、環境永續等議題來進行開啟，接著依序企業職能進行作業與生產管理、行銷管理、財務管理與資訊管理等倫理議題的倫理兩難之情境故事探討，並融入專業知識的學習此單元配合課程主題融入三個道德困境情境進行探討。

第三單元則以「職涯規劃與倫理」為單元主題，從學生個人的職涯規劃來切入，再進行職場倫理、職場禮儀、工作價值與衝突、職場人際關係、性別平等與職場霸凌等次主題的倫理兩難之情境故事探討。此單元配合課程主題融入一個道德困境情境進行探討。

第四單元「企業倫理影片拍攝」，為使學生可以將所學知識進行應用，以學生實作為主，引導學生進行企業倫理影片的籌製與拍攝，以從中將所習得的企業倫理與社會責任的範疇與主題，進行倫理困境與兩難的劇本構思、倫理行為決策等的劇本規畫與拍攝。

(四)教學場域

本計畫配合之企業倫理與社會責任課程於大學部開設，並以校園內一般教室為主要教學與學習場域。

二、研究方法與實施步驟說明

(一)研究架構

行動研究主要訴求以改善課程為目的，透過授課教師為課程研究發展主體，將課程發展焦點移轉至教室情境中，以達到課程中師生的合作參與及反省(林佩璇，2002)，因此，本研究以行動研究法為主軸，透過「發現問題」、「診斷問題」、「擬定與實施行動計畫」、「選擇方法與分析資料」、「結論與省思」等五個階段進行研究架構之擬定(張德銳，2014)，計畫目的與內容的規劃起源於發現、分析與探討教學現場的現況與互動性，並試圖找出問題點，以形成研究問題與教學行動研究目的，再行以研究目的為核心，依據各單元之課程主題進行道德兩難困境教案的發展與設計，並建立學習互動模式等。接著，依據 Lewin 的行動研究螺旋式模式，透過迭代規劃、行動、觀察與省思等反省式螺旋迭代循環，進行教學實踐研究架構之規劃，透過教學現場中的行動、觀察與省思等的回顧與反思(Caro-Bruce, 2000, p40)，並將上一循環之結果作為次教學單元迭代循環重新規劃、行動、觀察、與省思之基礎，以持續進行教學教材與教學現場互動狀況之修正，直到此教學實踐研究完成為止。最後，則以研究所收集到的學習成效資料進行分析與評估，從中獲得行動研究的結論與反思，並累積研究成果的經驗學習歷程。

(二)研究範圍

本計畫範圍依據上述教學行動研究架構，分為課程前、中、後等三部分進行之，首先在課程前會針對近年企業倫理與社會責任教學現場所發現之問題與學生學習動機等進行問題點之聚焦，並透過教學目的與研究問題之確認後，進行各週主題之倫理兩難教案設計與規劃；再者，在課程中則會依據不同教學單元目的融入適切之教案、教具操作、討論與反思、影片拍攝實作等學習步驟。在進行教學實踐與研究過程中則融入行動、觀察與省思等的回顧與反思以將上一教學單元之教學與學習成效作為次教學單元迭代循環重新規劃、行動、觀察、與

省思之基礎；最後，在課程後則依據研究設計進行學習成效之資料分析並形成結論，以供後續相關課程設計參考並累積創新教學經驗。

本計畫以大學部之企業倫理與社會企業課程為主要教學實踐範疇，單元主題模組化設計之，包含倫理與道德、企業倫理與社會責任、職場規劃與倫理、企業倫理影片拍攝等四大單元，每個單元項下亦含有其對應的教學主題。在教材選用部分，則會透過國內外文獻探討與相關教材書籍來進行已開發完成之倫理兩難困境之情境教材的挑選，或以以往教案為基礎再行依據教學現場問題與本教學實踐研究計畫之目的進行情境內容或討論議題的調整與修改。再者，研究評量工具部分，針對學生端所進行學習成效之評估，則包含期中學科考試、道德兩難困境之案例探討之課堂表現、期末影片規劃與拍攝之實作報告等進行評估。另以學期中之非正式訪談與學期末之問題解決評估量表來進行研究問題之評估。

(三)研究對象與場域

本研究以計畫主持人於大學部企業倫理與社會責任課程開設之修課學生為研究對象，學生以年滿 20 歲之大學三年以上學生為主，共計招募 101 位學生。本計畫於執行前先行取得參與者同意書後方能繼續執行後續研究程序，招募過程中以透過課堂助教擔任主要聯絡窗口，以降低學生選修課之壓力。學生可以任何理由自主選擇不修課、修課但不參與此研究計畫等的選擇，且對其學習成績評量不會有任何影響，以降低研究參與者風險。再者，本計畫以大學課程教室內為主要研究場域以進行研究資料收集，故在參與風險上略低。

(四)研究方法與工具

本計畫採用問卷調查法與學期中團討與小組報告成績進行教學實踐之學習成效評估，以回應本計畫研究問題，並了解道德討論教學法是否得以提升教學現場的互動性與學生學習成效，衡量方法包括前測分析-期初企業倫理知曉程度分析、期中分析-期中企業倫理各單元學習成效分析、後測分析-期末企業倫理整體學習成效分析、期末學習回饋分析等三大部分。所有獲得之研究資料視為機密資料，不會公開，也不會向與本研究無關的人員透露，並以匿名或代號處理進行資料分析與學術論文之發表，所有資料會被審慎加鎖進行保管，以降低資料外洩風險。

伍、教學暨研究成果(Teaching and Research Outcomes)

一、教學過程與成果

(一)樣本描繪

本研究計畫繳交同意書之受測學生共計 101 位，因計畫搭配課程開設於大三，故受測學生以三年級為居多，佔 95.05% (96 人)，其餘 5 位則屬隨班補修之學生。性別方面則女性佔 56.44% (57 人)，男性為 43.56%(44 人)，如表 1。

表 1 樣本學生特徵分析

項目	類型	人數	所占比率
性別	男	44	43.56%
	女	57	56.44%
年級別	三年級	96	95.05%
	四年級	5	4.95%
修課狀況	原班生	86	85.15%
	隨班修	15	14.85%

(二)前測分析-期初企業倫理知曉程度分析

為瞭解學生在修習本課程之前，對於企業倫理與社會責任等相關內容範疇之了解，透過課程前測來初步評估學生對於此領域的知曉程度，以了解受測同學在尚未修習本課程之前，

個人所具備的企業倫理與社會責任的知識，以作為後續學生在本課程學習成效的評估基準。量表題目與衡量方式採用紙本測驗，皆以問答题題型方式讓同學表達他們所認知的倫理範疇、企業倫理困境中利害關係人為何，施測題目如附錄一。本測驗施測時間為第一次授課期間，評量時間為 2022 年 2 月 17 日，共計回收 90 份測驗卷。最後，分析方面，則以內容分析法進行關鍵詞的萃取、編碼、歸納，再行計算描述性統計分析。

表 2 前測分析-倫理定義之關鍵詞提及次數與比率

題項	關鍵詞次分類	關鍵詞	名詞提及次數	名詞提及比率(提及次數/總提及次數)
甚麼是倫理	主要範疇	個人行為對錯的道德判斷	19	12.67%
		人際間的行為準則	17	11.33%
		主要探討道德價值	5	3.33%
		一種普世價值	4	2.67%
		符合道德	4	2.67%
		個人行為的規範	1	0.67%
		主要範疇小計	50	33.33%
	特性	符合社會觀感與期望	27	18.00%
		無既定的標準	10	6.67%
		約定俗成的結果	8	5.33%
		無形中形成的規範	6	4.00%
		不損害他人的權益	5	3.33%
		會隨時間改變	4	2.67%
		符合道德及法律	3	2.00%
		不違反社會風俗秩序	2	1.33%
		標準高於道德與法律	1	0.67%
	特性小計	66	44.00%	
	約束力	最基本應該遵守的要求	10	6.67%
		最低道德標準	6	4.00%
		無強制性	5	3.33%
		對人行為的約束力高於法律	1	0.67%
		根據大眾審美所形成	1	0.67%
		約束力小計	23	15.33%
	影響力	會對社會造成影響	3	2.00%
		最高的行事準則	2	1.33%
		受文化影響大	1	0.67%
		影響力小計	6	4.00%
	其他	企業行為與外部環境間的準則	3	2.00%
		各領域皆有所不同	1	0.67%
		企業應負的社會責任	1	0.67%
其他小計		5	3.33%	
	次數總計	150	100.00%	

表 3 前測分析-企業應負企業社會責任之關鍵詞提及次數與比率

題項	關鍵詞次分類	關鍵詞	名詞提及次數	名詞提及比率(提及次數/總提及次數)
企業應負的企業社會責任	環境責任	保護自然環境	53	23.77%
		永續經營	12	5.38%
		不產生噪音	2	0.90%
		處理製造的汙染	1	0.45%
		不過度開發	1	0.45%
		小計	69	30.94%
	社會責任	回饋社會	37	16.59%
		幫助弱勢群體	11	4.93%
		參與公益活動	5	2.24%
		回饋社會大眾	4	1.79%
		關心社會議題	3	1.35%
		不對他人造成損害	3	1.35%
		不參與惡性競爭	2	0.90%
		飲水思源	1	0.45%
		不對社會造損害	1	0.45%
		小計	67	30.04%
	道德責任	以身作則	4	1.79%
		不危害消費者健康	7	3.14%
		不欺騙消費者	6	2.69%
		不損害消費者權益	5	2.24%
		經營透明公開	4	1.79%
		正向經營	1	0.45%
		遵守道德規範	1	0.45%
		為所提供的商品/服務負責	1	0.45%
		培育人才	1	0.45%
		小計	30	13.45%
	企業內部責任	保障員工權利	9	4.04%
		善待員工	9	4.04%
		降低經營的外部成本	6	2.69%
		提供安全和諧工作環境	6	2.69%
		保障相關者的利益	5	2.25%
		把關產品品質	4	1.79%
		給予員工合理待遇	4	1.79%
		企業內部責任小計	43	19.28%
	法律責任	合乎法律規範	10	4.48%
		支付稅金	1	0.45%
		法律責任小計	11	4.93%
其他	維持經濟環境	3	1.35%	
	小計	3	1.35%	
次數總計			223	100.00%

表 4 前測分析-企業倫理困境產生情境之關鍵詞提及次數與比率

題項	關鍵詞次分類	關鍵詞	名詞提及次數	名詞提及比率(提及次數/總提及次數)
什麼情況下會產生企業倫理困境	企業內部	企業利益和道德責任的選擇	23	17.04%
		企業利益和員工管理的衝突	18	13.33%
		企業利益和產品品質的選擇	6	4.44%
		企業面臨資金問題	4	2.96%
		與企業自身利益有所衝突時	4	2.96%
		企業高層持消極態度	2	1.48%
		企業缺乏技術支持	2	1.48%
		執行企業倫理行為時造成巨大的虧損	2	1.48%
		企業在獲利機會與資金限制間的抉擇	1	0.74%
		企業內部自身利益間的衝突	1	0.74%
		企業內部小計	62	45.93%
	企業外部	企業利益與產生外部成本間的抉擇	14	10.37%
		產業發展機會與產生外部成本間的抉擇	2	1.48%
		企業與企業間的利益衝突	2	1.48%
		企業利益與企業發展前景的衝突	1	0.74%
		企業受外部環境影響	1	0.74%
		企業外部小計	20	14.81%
	社會環境	企業利益與大眾權益的衝突	10	7.41%
		企業作為受制於大眾道德標準	2	1.48%
		社會環境小計	12	8.89%
	自然環境	企業利益和環境責任間的衝突	28	20.74%
		自然環境小計	28	20.74%
	政治環境	企業利益和政府政策的衝突	3	2.22%
		企業缺乏政策支持	1	0.74%
		政治環境小計	4	2.96%
	法律環境	企業利益和法律規範的衝突	4	2.96%
		法律環境小計	4	2.96%
	其他	計劃和現況的矛盾	2	1.48%
		無法讓所有人都受益	2	1.48%
		利益與道德產生分歧	1	0.74%
其他小計		5	3.70%	
		次數總計	135	100.00%

前測的第一題乃是針對學生對於倫理一詞亦或是倫理所要探討的範疇其知曉程度進行了解，透過學生的開放式回答中，我們可以瞭解受試學生對於倫理認知的定義為何，分析結果如表 2。第一，多數學生的回答是針對倫理的特性去做解釋(44.00%)，例如認為倫理的特性是符合社會觀感與期望，為一普世價值，是大眾所能接受的行為規定，無既定的標準，是一種約定俗成的結果，人際間的行為準則，人們的行為會受此限制規範。第二，分析發現受測學生認知倫理的主要範疇為個人行為對錯的道德判斷(12.67%，19 次)以及人際間的行為準則(11.33%，17 次，10 次)，如 A17 同學指出倫理是道德的、對得起良心、應遵守的；A23 同學指出符合大眾的觀念的不成文規定、探討對於大局最佳的選擇、社會常識；A83 同學認為倫理也可以說是道德，主要探討道德價值。雖然透過關鍵字分析的結果能得知學生對於倫理的

範疇或特性具備一定程度上的認識，然而，實際受測者中解釋出何為倫理或是舉出範例(例如：五倫)的人數僅約 15%，依據前述的關鍵字分析能發現多數受測者主要偏重於描述倫理的特性為何，但上述回答可發現多數學生無法準確地將倫理與道德做區分。

表 5 前測分析-企業倫理困境利害關係人之關鍵詞提及次數與比率

題項	關鍵詞次分類	關鍵詞	名詞提及次數	名詞提及比率(提及次數/總提及次數)
企業倫理困境的利害關係人	企業內部	員工	50	14.97%
		企業/店家自身	36	10.78%
		股東	32	9.58%
		企業主	10	2.99%
		企業高層主管	9	2.69%
		董事	4	1.20%
		企業內部小計	141	42.22%
	企業外部	消費者	25	7.49%
		合作對象	15	4.49%
		顧客	10	2.99%
		供應商	2	0.60%
		競爭企業	1	0.30%
		企業外部小計	53	15.87%
	政治環境	政府	25	7.49%
		政治人物	1	0.30%
		政治環境小計	26	7.78%
	社會	社會民眾	38	11.38%
		周遭居民	16	4.79%
		弱勢群體	7	2.10%
		社會	7	2.10%
		利益團體	4	1.20%
		社會環境小計	72	21.56%
	其他	自然環境	29	8.68%
		經濟	7	2.10%
		動物	5	1.50%
		國家	1	0.30%
		其他小計	42	12.57%
			次數總計	334

前測第二題主要瞭解受測學生對於企業所需負責的企業社會責任認知為何。依據施測結果的關鍵詞提及次數、比率分配(如表 3)，環境責任與社會責任此兩類型的關鍵詞被提及比率最高(30.94%，30.04%)，其中保護自然環境(53次，23.77%)以及回饋社會(37次，16.59%)此兩名詞被多次提及，顯示保護自然環境及回饋社會是受測學生普遍所認知的企業應該負起的社會責任。此外，在針對此題項的分析亦可發現同學分別列舉了其他他們認為企業需負起的社會責任，例如善待員工、經營透明公開、不能欺騙消費者等等，而這些作為橫跨了許多不同的責任層面，道德責任、法律責任、甚至是經濟責任，從這些關鍵詞被提及的比率分布

中發現雖然學生提出許多層面的企業責任，但去除提及率偏高的幾個關鍵詞，其他的提及次數相對來說較少，也就是說學生對於企業社會責任定義的範疇並沒有特別清楚，例如受測學生 A41、A46、A95 在此題項的作答中提到了不能違反法律規範、誠實面對政府訂定的法規、經營須合乎法規等等的內容，這些比較偏向於法律責任的層面；A37、A86 在他們的回答中也有提到給予員工合理的待遇或者是把關自家產品品質的行為，這些比較偏向於企業內部責任的範疇。由此可知學生對於企業社會責任的認知還沒有那麼深入也較為發散，無法清楚得知企業社會責任的整體範疇，也無法系統化地進行企業社會責任的論述。

前測第三題乃了解受測學生在修習本課程之前，是否能判斷企業倫理困境產生因素為何，以及是能否理解何為企業倫理困境。在題項中藉由受測者回覆了解學生認為產生企業倫理困境主要是因企業的利益與另一因素產生衝突時所發生，這些因素可大致分類成企業內部、外部、社會環境與自然環境等，而又以與環境責任(20.74%，28 次)以及企業道德責任(17.04%，23 次)被提及比率較高。學生認為企業倫理困境發生之處以企業內部為主占 45.93%。然而，只有 10%的學生能夠舉出簡易例子說明甚麼是企業倫理困境，其他則無法明確分辨甚麼是企業的道德困境。因此，透過此題前測可發現，學生對於企業倫理困境的定義理解程度不清，界定、辨識倫理困境的能力相對缺乏；在企業倫理困境的情境界定與舉例上還需加強學習。

前測第四題則想瞭解學生是否具備能夠判斷企業倫理困境中所涉及的利害關係人，本題項關鍵詞的提及次數與比率如表 5 所示。透過關鍵字分析結果顯示，在所有關鍵詞分類中企業內部關係人被提及的次數及比率最高，佔 42.22%(141 次)，其中又以員工、企業/店家自身、股東被提及次數比較高，佔比分別為 14.97%、10.78%、9.58%；其次則是社會(21.56%，72 次)，此類項則以社會民眾被提及的次數最高(11.38%，38 次)。所以在此題項的分析中可以看出多數的受測學生他們在辨識企業倫理困境的利害關係人階段時，主要考量到的都是以企業內部為主，政治環境、自然環境、消費者、競爭企業等關鍵名詞被提到的佔比並不高，如此可知多數學生對於企業內部、直接影響者的認知程度較高，但仍需再透過授課過程中引導學生外部利害關係人及其互動在企業倫理困境中的角色。

(三)期中分析-期中企業倫理各單元學習成效分析

為瞭解學生學習成效，根據教學大綱所設計的四大單元主題所對應的學習單元成績進行分析，以瞭解學生在各單元的學習狀況與學習歷程上的表現。衡量內容包括透過企業倫理案例分析與實作之小組作業與個人測驗成績來進行衡量，各單元對應的測量內容如附錄二。評量時間為學期中，依據教學大綱中各單元進度所給予的指定教案進行之，施測時間為 2022 年 2 月 24 日至 2022 年 6 月 2 日，分析樣本為此計畫整體樣本數。

根據各單元學習之成績得分進行描述性統計分析，以了解各單元所對應內容之學習狀況(如表 6)。在第一單元，課程使用「道德抉擇的思考架構」作為道德抉擇個案分析說明，引導學生了解個案情境中人物的道德信念與整體的思考邏輯，並試圖加入機會法則與期望效用理論來分析正面與負面的行為後果，以供學生進行道德抉擇之選擇。關於道德抉擇個案分析之平均成績介於 83.02-87.92 分，由此可知，多數學生在閱讀道德個案時，可以透過道德抉擇的思考架構，了解個案所敘述之情境，並分析不同道德選擇可能面臨的道德衝突為何，最後做出較合適的選擇。

在學生有了如何分析道德抉擇情境的初步概念後，第二單元是將企業與社會問題和時事等實際案例加入課程中，作為企業倫理的課程內容。根據第二單元的得分狀況可得知，除了循環經濟商業模式判斷之平均成績最低(63.72 分)，可能代表學生還無法全然判別循環經濟類別之差異，而其餘學習內容之平均成績皆介於 78.37-85.40 分之間。由此可知，若將實際案例融入課程內容中，能使學生了解企業倫理此單元之學習內容並有助於學生分析能力，例如透

過烏俄戰爭的真實新聞，讓學生思考利害關係人與所面臨到的道德困境為何，並說明各自的立場與想法，實有助於學生之學習。

表 6 期中分析-各單元學習之成績得分描述性統計

單元	內容	平均數	標準差	中位數
倫理、道德、法律	道德困境案例一：拖車上約翰的抉擇	87.9	4.1	90.0
	道德困境案例二：陸橋上約翰的抉擇	86.3	4.8	90.0
	道德困境案例三：該不該進行活體移植手術	83.0	21.3	90.0
	道德抉擇思考架構	83.6	17.8	90.0
企業倫理	道德困境案例四：企業倫理與企業困境	79.3	20.8	80.0
	戰爭對企業營運與社會責任的影響	84.7	22.6	90.0
	道德困境案例五：社會問題	80.1	28.2	90.0
	道德困境案例六：循環經濟商業模式	63.7	24.2	68.0
	道德困境案例七：SDGs 應用	80.0	20.8	80.0
	企業倫理商業九宮格	78.4	25.4	80.0
	企業倫理小組報告	85.4	5.9	90.0
職涯規劃與倫理	職涯規劃	88.6	28.2	100.0
	個人性向與發展	90.6	28.0	100.0
	道德困境案例八：職場倫理、禮儀與霸凌	78.7	26.0	85.0
企業倫理影片拍攝	企業倫理影片報告	81.1	11.3	80.0

再者，透過第三單元的學習內容，可以讓學生進行個人職涯初探與職場倫理之學習。根據個人職涯規劃和個人職涯初探的學習單成績得知，前者的平均成績為 88.61 分，後者為 90.59 分，代表學生對於自身的專長、興趣和人格特質皆有一定的了解，且對於未來職涯皆有初步想法與規劃。而職場倫理、禮儀與霸凌之課堂測驗是要檢視學生是否對於職場所遇到的倫理責任、相關禮儀與職場霸凌有一定的了解程度，從測驗成績可以看出，平均測驗成績為 78.72 分，表示大部分學生皆能理解此單元之學習內容，且透過實際案例或較有趣的影片進行教學，確實有助於學生的學習成效。

最後，第四單元之學習成效是採用學生的期中報告成績作為衡量，其平均報告成績為 81.06 分，表現屬於中高程度。由此可知，藉由企業倫理影片拍攝之競賽，讓學生進行有關企業倫理的創意發想有助於學生的學習，學生透過所學的知識建立企業面對利益與倫理衝突時的議題內容，不僅可以增進學生對倫理議題的分析與判斷能力，亦能培養學生對社會環境的省思與關懷，以提升個人的倫理道德標準。

(四)後測分析-期末企業倫理整體學習成效分析

為瞭解學生在企業倫理與社會責任課程中的學習成效，本研究試圖透過期末學生學習回饋，來分析學生對於課程中所教授之企業社會責任、循環經濟與企業倫理應用於管理領域的情形等的學習成果，以瞭解受測學生學習歷程上的表現。量表題目與衡量方式採 google 問卷表單填答，皆以問答題題型進行之，讓學生以開放的回答方式，施測題目如附錄一。評量時間為期末授課主題結束後的上課期間，施測日期為 2022 年 5 月 5 日，受測學生問卷回覆數量

為 95 份。再者，本計畫透過內容分析法進行關鍵詞的萃取、編碼、歸納與次數分析，根據四題期末學習回饋分析，來檢驗學生對於課程內容的知曉程度，且透過受測學生在回答中舉例說明，顯示該學生明瞭企業倫理與社會責任範疇，並以其表示學習成效。

後測第一題與第二題乃是針對學生對於企業倫理與社會責任中企業社會責任的認知與其影響層面進行開放式回答，透過受測學生的答題描可以瞭解在此學期所授課的專業知識與基礎概念學生們是否吸收。第一題(上過這門課後，CSR(企業社會責任)與你之前的認知有不一樣嗎?請說明之(可舉例說明)。)的分析結果可透過對應所授課之課程單元以得知教學與學習上的成效，如受測同學 A46、A70 所提及範疇包含「道德、倫理與法律」，透過個案討論同學對於道德與倫理有更深層程度之瞭解；受測學生 A15、A48、A62、A74 表示透過「循環經濟、環境永續」單元所教授的商業模式圖除了更進一步瞭解循環經濟，亦也明白企業是如何將社會責任融入於公司的營運之中，而在課程中「六管倫理」的介紹，也啟發受測學生 A42 換個角度思考各領域的倫理與道德，如附錄三所示。

後測第二題則進一步讓受測同學提出企業倫理與社會責任重要原因及影響層面為何，此題亦可對應到前測問卷中企業倫理困境的利害關係人範疇，此題分析結果發現受測學生所提及的社會環境範疇占比較高(42.11%，96 次)、其次為其他(21.05%，48 次)、而企業內部(17.10%，39 次)與企業外部(17.10%，39 次)並列第三，在這之中，約半數受測同學提及最高的關鍵詞為社會(20.61%，47 次)，並表示當企業取之於社會時，也應該要用之於社會；其次為生態環境(16.67%，38 次)，指出企業應友善環境、愛護地球，才能永續發展。此後測分析結果與前測結果有所差異，但卻也證實了授課後可引發學生對於企業外部利害關係人的社會責任應用範疇，學生的舉例回答也較可具體，故授課後確實能使學生更加了解企業倫理與社會責任的範疇，也能達到本課程所設定之教學目標，如表 7 所示。

表 7 後測分析-企業倫理與社會責任影響層面

題項	影響層面	關鍵詞	名詞提及次數	名詞提及比例 (提及次數/總提及次數)
企業倫理與社會責任之影響層面	企業內部	員工	17	7.46%
		股東或投資者	11	4.82%
		主管	11	4.82%
		企業內部小計	39	17.10%
	企業外部	消費者	17	7.46%
		顧客	11	4.82%
		供應商	7	3.07%
		競爭者	4	1.75%
		企業外部小計	39	17.10%
	政治環境	政府	6	2.63%
		政治環境小計	6	2.63%
	社會環境	社會	47	20.61%
		社會大眾	28	12.28%
		媒體	9	3.95%
		利益團體	7	3.07%
		社區	5	2.19%
		社會環境小計	96	42.11%
	其他	生態環境	38	16.67%
		國際間關係	10	4.39%
		其他小計	48	21.05%
次數總計			228	100.00%

表 8 後測分析-循環經濟重要關鍵詞提及程度之次數分配

題項	循環經濟	關鍵詞	名詞提及次數	名詞提及比例 (提及次數/總提及次數)
甚麼是循環經濟	定義	資源可再生	16	8.65%
		商業模式創新	12	6.49%
		資源可恢復	4	2.16%
		定義次數小計	32	17.30%
	新思維	廢棄物不該存在	6	3.24%
		天然資源有限	2	1.08%
		使用取代擁有	1	0.54%
		生產者責任擴大	1	0.54%
		新思維次數小計	10	5.41%
	循環經濟商業模式	資源回收	62	33.51%
		延長產品與資產壽命	44	23.78%
		循環供應	24	12.97%
		共享平台	12	6.49%
		產品即服務	1	0.54%
		循環經濟商業模式次數小計	143	77.30%
	次數總計		185	100.00%

後測第三題乃是針對循環經濟、環境永續的課程單元設計，試圖透過受測同學所提出之舉例內容來了解學生是否能有效學習到循環經濟之定義範疇與商業模式應用等知識。分析結果顯示在循環經濟商業模式提及比率最高(77.30%，143次)，其次為定義佔17.30%(32次)，最後為四個新思維佔5.41%(10次)，如表8。此一結果證實了在課程中的學習與小組討論，學生對於企業在考量社會面與環境面之永續條件下所發展的商業模式具有一定程度之理解，且在商業模式中受測同學對於資源回收(33.51%，62次)知曉程度最高，將廢棄物轉換成資源，誠如受測同學A37的回答內容，舉出春池玻璃利用廢棄玻璃回收來製成新的琉璃產品；受測同學A38以歐萊德的瓶中樹洗髮精，強調其包裝瓶罐皆使用回收廢料所製。因此，透過同學們的舉例亦可發現，在循環經濟的應用上，同學能明瞭企業是如何減少資源的浪費，且在營運的同時也進行環境友善。由此可知，學生已知曉循環經濟之相關內容。

表 9 後測分析-六管於企業倫理領域中同學舉例之次數分配

題項	管理領域	舉例次數	舉例比例 (舉例次數/總舉例次數)
六管於企業倫理領域之舉例	行銷倫理	28	26.67%
	生產與作業倫理	25	23.81%
	企業倫理綜合	15	14.29%
	人力資源倫理	13	12.38%
	金融與財務倫理	7	6.67%
	研發倫理	5	4.76%
	資訊倫理	5	4.76%
	消費倫理	5	4.76%
	遺漏	2	1.90%
	次數總計		105

後測第四題以受測學生運用課堂上老師或學生報告的企業倫理管理領域內容來舉例說明所涵蓋之範疇，藉此瞭解學生對於產、銷、人、發、財、資等六管領域的企業倫理知曉程度，根據分析結果顯示在企業倫理中行銷領域佔 26.67%(28 次)、生產與作業領域佔 23.81%(25 次)與人力資源領域 12.38%(13 次)，其餘金融與財務領域、研發領域、資訊領域與消費倫理佔比相差不大，另外由於受測同學有跨及於不同的倫理範疇，因此將此歸類於企業倫理綜合(14.29%，15 次)，如表 9。例如，行銷領域之社會責任舉例說明如受測同學 A60 與 A70 表示，當企業在吸引消費者購買的同時，應注意其誠信，不能誇大或隨意編出產品的功能及特性，誤導消費者購買。故透過受測學生的舉例可得知，學生已知曉企業倫理在各個管理領域所涵蓋之範疇，並藉此題來檢視學生的理解程度與學習成效，如附錄四所示。

二、教師教學反思-行動研究之反省式螺旋循環作法與分析

為了在學期中可以了解學生學習過程中的成效或困難，本計畫採用行動研究中的反省式螺旋循環方式進行滾動式修正，透過教學現場中的行動、觀察與省思等的回顧與反思(Caro-Bruce, 2000, p40)，並將上一循環之結果作為次教學單元迭代循環重新規劃、行動、觀察、與省思之基礎，持續進行教學教材與教學現場互動狀況之修正，以逐步提高教學品質與學習成效。執行方式採非正式小組訪談，採自由意願參與方式進行之。每次邀集 8 位受測學生並分成兩場次進行小組訪談，過程中以匿名方式進行記錄，並委由課程助教進行訪談與訪談結果的撰寫與分析。執行時間於期中考前後各一次，共計 2 次四場次，訪談日期分為 111/03/24、110/4/14，訪談時間約每場次 20-30 分鐘。非正式訪談題目包括：(1)對於小組討論、過程與互動，有甚麼看法、心得，或遇到的困難？(2)在整體性的課堂活動的互動、老師的授課、自我學習上，有甚麼看法、心得，或遇到的困難？(3)你覺得課程上如果可以怎樣，可以提升你的學習成效？針對課程內容、老師授課方式、小組團討與報告等等都可以說。(4)有沒有其他想要表達的？訪談結果與教學修正方向如附錄五。

二、學生學習回饋

為瞭解學生學習成效，透過期末問卷來分析學生在企業倫理與社會責任的學習成效，以瞭解學生的學習狀況與學習歷程上的表現。衡量方式採用 google 問卷表單填答，以複選題與問答題進行之，問卷內容參見附錄一。評量時間為期末最後一天上課，日期為 2022 年 6 月 2 日，共回收 96 份有效問卷。

表 10 學習回饋分析-主題認知差異之提及次數與比率

主題探討	提及次數	提及比率 (提及次數/填答總人數)
環境永續、SDGs 聯合國環境永續目標	63	65.63%
社會企業、循環經濟	57	59.38%
道德、倫理與法律的關聯性	53	55.21%
企業倫理影片拍攝規劃與實作	52	54.17%
企業社會責任與衝突	49	51.04%
職場生涯規劃與諮詢	45	46.88%
個人形象與職場禮儀\職場人際關係與互動	45	46.88%
消費倫理	17	17.71%
行銷倫理	14	14.58%
金融倫理	14	14.58%
資訊倫理	14	14.58%

表 11 學習回饋分析-有效學習方式之提及次數與比率

學習方式	提及次數	提及比率(提及次數/填答總人數)
倫理案例團討分析	71	73.96%
個人性向與職涯測驗與顧問輔導	65	67.71%
小組主題報告	55	57.29%
倫理影片規劃與拍攝	42	43.75%
老師單向授課	37	38.54%

期末回饋問卷第一題是針對學生對於課程主題前後認知差異之總結，根據分析結果可得知(如表 10)，在整學期企業倫理與社會責任課程中，多數學生覺得環境永續、SDGs 聯合國環境永續目標(65.63%)之主題探討最刷新他們先前對此的認知與專業了解，例如有學生表示，在環境永續的部分，很多名詞看似相似，但定義上卻有很大的差異。其次是社會企業、循環經濟(59.38%)，因為循環經濟的商業模式分成許多類別，不論是共享經濟，還是再製造的案例都能讓學生耳目一新。第三則為道德、倫理與法律的關聯性(55.21%)，舉例來說，學生原以為企業倫理就是跟公司管理者和決策者有關而已，但經由課程學習後發現，其實倫理跟所有人息息相關，而且涵蓋範圍不只在公司內部，還包含了公司外部（環境、社會、消費者等）。

期末問卷第二題是想了解，在討論的工具上，哪種學習方式是學生覺得較有效果也較為喜愛的。根據問卷之次數與比率計算得知(表 11)，將近有 74%的學生認為，透過倫理案例的團討進行分析是最有效的學習方式，這與上述各單元之學習成效相互呼應，不論是使用道德抉擇的思考架構來分析個案內容，還是融入實際社會案例讓學生討論，這些學習方式確實有助於學生了解課程內容。其次，個人性向與職涯測驗與顧問輔導之提及比率為第二高(67.71%)，透過這樣的學習方式可以讓學生更加認識自己的喜好，且經由職涯發展專員的說明更能清楚了解自己未來可能邁向的道路。第三則是小組主題報告(57.29%)，以此可知，透過團體討論並讓學生進行主題報告可有助於學生之學習成效，舉例來說，學生認為以團隊討論的方法能激發出不同的答案，可以讓思考更加全面化。綜合上述所說，學生不僅在意自身專業知識之提升，也在乎自身的性向測驗與職涯規劃。

最後，期末問卷第三題是為了在學期結束前可以了解學生學習過程中的心得反饋，因此，本計畫設置開放性問答，讓學生思考並回答上完這門課程後，個人覺得在事物的認知、專業領域的學習、生活態度等有甚麼樣的影響，以及學習感想與收穫，其主要發現如附錄六所示。

陸、建議與省思(Recommendations and Reflections)

此一教學實踐研究計畫期望透過互動式之道德討論教學法來提高學生對於倫理道德觀點的釐清及企業倫理與社會責任範疇的探討與知識的學習，除了期望能提高目前多數缺乏學習動機的學子們的學習熱忱與動機外，亦期望透過個人、小組、全班性的討論，讓讓學子們除了自我主觀價值的建構與提升外，更能包容他人的看法並了解社會價值觀點、永續發展觀點下的個人與企業倫理範疇與應用。因此，在課堂上的討論氛圍營造則相當重要，如何引發學生對倫理困境議題的探討、自我的沉思與放下成見地與他人探討、真誠的互動與倫理道德知識的學習等，皆需要教師對於教學現場的適當掌控，因此，此一計畫相信可以為教學社群的老師們帶來營造良好教學現場的參考依據，透過本計畫的分享與相關教學實務上的分享，應可讓校內與跨校教師社群中引發下列之互動：

- 融入道德困境兩難之單元主題式教案開發之討論與相互激發
- 相互學習如何進行教案的執行並帶領引導學生進行反思與討論的技能
- 教學場域中氛圍的營造、時間的掌握與各單元教學目的達成之討論
- 有效進行教案分享、經驗迭代與專業對話，以共同營造適切之教學模式

參考文獻(References)

- 李怡慧(2018)。生死的抉擇—道德兩難教學之設計。臺灣教育評論月刊，7(4)，164-167。
- 林佩璇(2002)。行動研究在課程發展中的理念與實踐。課程與教學季刊，5(2)，81-96。
- 張德銳(2014)。教學行動研究：實用手冊與理論介紹(第二版)。台北：高等教育出版社。
- 謝明昆(1994)。道德教學法。台北：心理出版社。
- Al-Khatib, J. A., Vitell, S. J., & Rawwas, M. Y. (1997). Consumer ethics: A cross-cultural investigation. *European Journal of Marketing*, 31(11/12), 750-767.
- Buchanan, E. A. (2011). Internet research ethics: Past, present, and future. *The Handbook of Internet Studies*, 11, 83.
- Caro-Bruce, C. (2000). *Action research: Facilitator's handbook*. Oxford, OH: National Staff Development Council.
- Jones, T. M. (1991). Ethical decision making by individuals in organizations: An issue-contingent model. *Academy of Management Review*, 16(2), 366-395.
- Morris, S. A., & McDonald, R. A. (1995). The role of moral intensity in moral judgments: An empirical investigation. *Journal of Business Ethics*, 14(9), 715-726.
- O'Fallon, M. J., & Butterfield, K. D. (2005). A review of the empirical ethical decision-making literature: 1996–2003. *Journal of Business Ethics*, 59(4), 375-413.
- Rest, J. R. (1986). *Moral development: Advances in research and theory*. New York: Praeger.
- Woiceshyn, J. (2011). A model for ethical decision making in business: Reasoning, intuition, and rational moral principles. *Journal of Business Ethics*, 104(3), 311-323.

附錄在這裡鍵入方程式。(Appendix)

附錄一 測驗題目

一、課程前測測驗題

題型	題目
問答題	1. 甚麼是倫理?倫理要探討甚麼?
	2. 你認為企業要負甚麼樣的企業社會責任?
	3. 什麼情況下會產生企業倫理困境?
	4. 企業倫理困境的利害關係人?

二、期中學習回饋測驗題

題型	題目
問答題	1. 上過這門課後,CSR(企業社會責任)與你之前的認知有不一樣嗎?請說明之(可舉例說明)
	2. 接續第一題,你認為為何企業倫理與社會責任是重要的?影響層面為何?
	3. 甚麼是循環經濟?(可舉例說明)
	4. 請從課堂上老師或學生報告的產銷人發財五管企業倫理領域中,試圖舉例說明其中一個企業倫理所涵蓋的範疇?

三、期末學習回饋之問卷內容

題目	選項
1. 在整學期企業倫理與社會責任課程中,哪一項主題的探討,有刷新了你先前的認知與專業了解(複選題)	<input type="checkbox"/> 倫理案例團討分析 <input type="checkbox"/> 小組主題報告 <input type="checkbox"/> 倫理影片規劃與拍攝 <input type="checkbox"/> 老師單向授課 <input type="checkbox"/> 個人性向與職涯測驗與顧問輔導
2. 在討論工具上,對你來說哪種學習方式蠻有效的?(複選題)	<input type="checkbox"/> 道德、倫理與法律的關聯性 <input type="checkbox"/> 企業社會責任與衝突 <input type="checkbox"/> 社會企業、循環經濟 <input type="checkbox"/> 環境永續、SDGs 聯合國環境永續目標 <input type="checkbox"/> 行銷倫理 <input type="checkbox"/> 消費倫理 <input type="checkbox"/> 金融倫理 <input type="checkbox"/> 資訊倫理 <input type="checkbox"/> 職場生涯規劃與諮詢 <input type="checkbox"/> 個人形象與職場禮儀\職場人際關係與互動 <input type="checkbox"/> 企業倫理影片拍攝規劃與實作
3. 上完這門課後,你覺得對你個人無論在事物的認知、專業領域的學習、生活態度...等有甚麼樣的影響?感想與收穫是什麼?(無論好或壞都可)	(開放式問答)

附錄二 期中分析-企業倫理各單元對應之學習內容

單元	對應內容
第一單元 倫理、道德、法律	道德困境案例一：拖車上約翰的抉擇
	道德困境案例二：陸橋上約翰的抉擇
	道德困境案例三：該不該進行活體移植手術
	道德抉擇思考架構
第二單元 企業倫理	道德困境案例四：企業倫理與企業困境
	戰爭對企業營運與社會責任的影響
	道德困境案例五：社會問題
	道德困境案例六：循環經濟商業模式
	道德困境案例七：SDGs 應用
	企業倫理商業九宮格
	企業倫理小組報告
第三單元 職涯規劃與倫理	職涯規劃
	個人性向與發展
	道德困境案例八：職場倫理、禮儀與霸凌
第四單元 企業倫理影片拍攝	企業倫理影片報告

附錄三 後測分析-學生對於 CSR 認知不同之舉例

受測學生	受測學生認知舉例	課程單元
A15	跟我認知的有一些落差，像是循環經濟的部分，其實是一個各種產業堆疊起來的完整商業圈，還有社會企業其實是以營利為重的組織，但在營利的同時也會顧及其產品是否對社會有幫助。	循環經濟、環境永續
A42	有，以前覺得倫理就是跟道德有關，但沒有想到有這麼多領域，而且也可以用很多不同的角度想事情，本來覺得一定就是不對的事，其實換個角度也沒有這麼不對了，覺得想法更廣泛。	六管倫理
A46	有，企業社會責任包含了許多面向，企業在回饋於社會時也要考慮到法律、道德、環境、利害關係人等等相關議題。	道德、倫理與法律
A48	沒有太多不一樣，但豐富了我的認識，比如對於 SDGs 相關的學習，讓我了解到更多環保的方式（原來不僅僅回收利用而已），以及關於商業模式圖的團討，都非常的有趣和令人印象深刻。	循環經濟、環境永續
A62	一開始覺得是經濟實力比較強的企業能夠做到，像是環境保護、永續、再造等等，因為會花費很多時間和金錢，在課堂上透過一些個案的介紹，可以發現有許多企業也是默默努力著，像是本來要去進行參訪的春池玻璃，回收的金錢和量的比值很小，但卻依然辛苦的在做，能夠有意識地為替求盡一份力，真的很令人敬佩。	循環經濟、環境永續
A70	在還沒聽到老師授課時，我對 CSR 的認知就是很字面的企業應負責的社會責任，但是上完之後，才發現，有很多更深層的內容，例如：倫理道德，光要不要救人，就牽扯了很多原因，所以，也讓我未來我所面對的也有可能遇到這種兩難的時候。	道德、倫理與法律
A74	有，之前雖然已經多少有接觸過或聽過 CSR，但是上完課後才知道它涵蓋的範圍其實更廣。例如：老師上課時有給我們看一張類似循環圖的東西，之後練習選看這間企業是在哪個階段，這對我來說就是一大新的挑戰，因為在判斷上要非常精準有點困難。	循環經濟、環境永續

附錄四 後測分析-六管企業倫理領域之同學舉例

受測學生	受測同學管理領域舉例	管理領域
A39	生產方面，有些公司會調包使用的原料以節省成本，這就違反的生產倫理。例如說在加工生產米果時，使用工業用的氮氣、而非食品級的氮氣，這會使民眾對企業的信任破滅，也會影響食品安全，導致民眾食用之後出問題。	生產與作業倫理
A48	人員招聘、管理（招募與公司目標一致、正直的員工；工資按時發，不無理由苛扣員工工資；用鼓勵或是批評的方式幫助員工實現自我價值，而不僅僅為了追求公司自身利益）。	人力資源倫理
A61	行銷倫理，每個企業在進行行銷的時候都要注意是否注重倫理，不能誇大不實，像是上次報告的組別播放了一個影片，是將女人比喻成乳牛的廣告，這對觀看的消費者來說，有種不尊重的感覺，也有物化女性。	行銷倫理
A62	金融倫理，安隆事件在財務管理課堂中，老師也有大略提過，目前銀行有一些財務的代辦事項，我認為被委託代辦或管理金融項目一定都是因為被信任，也相信金融方面的證照考核是可信的，金錢的誘惑很大，但還是應該要遵照的倫理來走。	金融與財務倫理
A66	研發倫理 例如：動物實驗 人體實驗。	研發倫理
A74	行銷倫理報告時有提到涉及人生攻擊、性別歧視的廣告公司，它主要涵蓋了行銷、消費倫理等，企業在行銷倫理面沒有盡到把關義務，消費者在購買時會依照自己倫理觀念來評估對這項產品的接受度。	消費倫理
A92	致力保護環境，如實行低碳模式及減少碳足跡。	企業倫理綜合
A98	資訊倫理，現在銷售很多通路都會使用網路，但也需要注意是否有侵犯隱私權的疑慮。	資訊倫理

附錄五 反省式螺旋循環分析結果

	訪談主要發現
第一次訪談重要摘錄	<ol style="list-style-type: none"> 1. 小組間的討論熱絡度不夠，有些小組無法全體成員都投入討論中的互動。 2. 進行困境與解決方案選擇時，成員間的意見難以聚焦，大家想法都似乎沒有絕對對或錯，缺乏共識。 3. 不知道討論後提出的想法是對的還是不對的？ 4. 議題有點難，不知道該如何下手討論。 5. 小組討論與互動很好，希望可以多多有這樣的學習方式 6. 透過思考企業困境案例，對於學習與應用真的有幫助。
第一次教學修正方向	<ol style="list-style-type: none"> 1. 由老師及助教在小組討論時，主動親近各組關懷討論狀況，並適時提供一些指導與解說。 2. 增加小組討論、活動進行的時間，讓學生可以充分討論與互動。 3. 由老師鼓勵同學透過不同角度來思考問題，包容並尊重不同的意見。 4. 於反思與理論學習程序中，增加正負面企業應用案例說明。
第二次訪談重要摘錄	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企業倫理困境案例討論確實可以引發不同的思維，但希望老師可以多講解一些，不要因為時間上的受限而快速帶過。 2. 小組報告後，希望老師可以針對小組團討後的報告內容多點評論，讓我們可以知道甚麼很好又甚麼需要改進。 3. 循環經濟好難，雖課堂有舉例，但希望可以多講解一些。
第二次教學修正方向	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在反思階段可以透過案例說明後再行鼓勵同學們嘗試舉例說明所學習到的專業知識。 2. 時間上的管控需要再加強。 3. 主要學習知識理論的強化討論、互動與解說，斷捨離一些內容，減少包山包海的授課解說。 4. 授課時間有限下，可試圖透過書面給予學生回饋。 5. 老師與助教於討論中與討論後可以利用課餘時間與各組分享自我見解。

附錄六 學習回饋分析-心得回饋主要發現

心得回饋主要發現

1. 原本以為企業倫理就是跟公司管理者和決策者有關而已，沒想到其實跟所有人息息相關，而且涵蓋範圍不只在公司內，還包含了環境、消費者等等，之後買東西時可能會多思考個幾秒鐘。
2. 覺得上完課之後對企業倫理還有道德都有很深的省思，尤其是在道德方面，不論是在職場上還是生活上都一定會碰到，但是要如何抉擇總是會有兩難的時候，內心的衝突也是一個很大的學問，必須要好好思考的問題。
3. 消費時，會更加注重產品使用完之後，殘餘廢棄物的其他使用可能性，以及是否有能循環利用的機會。在個人形象與職場禮儀\職場人際關係與互動方面，對於即將踏入職場的我非常受用，在與同事、主管、或是客戶，在用餐、搭車、及會議時，都有需要注意的禮儀。
4. 因為上課的時候都是以實例來進行討論講解，所以上完課後，記憶會比較深刻，看新聞有時候也會聯想到上課的內容，總而言之，就是對現實生活中有關倫理相關的事情感到更敏銳。
5. 更能了解在道德倫理上的應對(不論是個人或對於企業內的)，並理解並非所有事情都有絕對的對錯之分。也在性向測驗當中更加的了解自己的優勢與缺點，找尋到努力的方向(覺得有這個活動超棒的！)。
6. 喜歡老師讓同學報告不同的主題並從中進行補充。
7. 以團隊討論的方法，激發出不同的答案，如果是自己來作答，可能永遠也想不出某些有創意的答案，而且還可以聽聽別人是怎麼想的，為甚麼他會這樣想，上課透過這種方式來進行，不論是對專業科目還是對事物的認知，都能以更廣闊的角度來思考，而不是直接回答而不去發掘其他的可能性。