

《中国上市公司社会责任报告》

图书基本信息

书名：《中国上市公司社会责任报告》

13位ISBN编号：9787505885844

10位ISBN编号：7505885847

出版时间：2009-10

出版社：上海国家会计学院 经济科学出版社 (2009-10出版)

作者：上海国家会计学院

页数：188

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《中国上市公司社会责任报告》

内容概要

《中国上市公司社会责任报告(2008)》分为七章。第一章简单回顾了企业社会责任思想的发展及社会责任披露的理论和实务；第二章介绍了社会责任指数的设计方法；第三章研究中国上市公司社会责任指数；第四章分析了社会责任信息披露的影响因素；第五章研究了社会责任信息披露的公告效应；第六章研究了社会责任信息披露与股价的相关性；第七章分析了一些典型事件。

《中国上市公司社会责任报告》

书籍目录

第一章 企业社会责任思想、实践及披露第一节 企业社会责任思想简史第二节 企业社会责任实践与评价第三节 企业社会责任信息披露第四节 社会责任报告的审验第五节 中国企业社会责任信息披露第二章 中国上市公司社会责任评价指数设计第一节 指数设计的动机第二节 指标体系设计原则第三节 指标权重的确定：层次分析法第四节 模型与指数等级第三章 2007年中国上市公司社会责任指数第一节 样本选取第二节 上市公司企业社会责任指数第三节 社会责任披露分指标分析第四章 企业社会责任信息披露的影响因素第一节 引言第二节 文献回顾第三节 研究设计第四节 实证检验与分析第五节 结论与启示第五章 社会责任报告的公告效应及其影响因素第一节 引言第二节 文献回顾第三节 研究假设第四节 研究方法及其研究结论第五节 社会责任报告公告效应的因素分析第六节 结论及启示第六章 社会责任信息价值相关性研究第一节 引言第二节 文献综述第三节 研究设计第四节 描述性统计第五节 实证结果第六节 结论与启示第七章 公众眼中的社会责任第一节 “鸣”惊人——万科第二节 股民心中的痛——中石油第三节 多米诺效应——三聚氰胺第四节 结束语附录1 社会责任评价指标相对重要性调查问卷附录2 独立披露的社会责任指数附录3 非独立披露的社会责任指数参考文献

《中国上市公司社会责任报告》

章节摘录

第一章 企业社会责任思想、实践及披露第一节 企业社会责任思想简史一、企业社会责任(Corporate Social Responsibility, 简称CSR)的兴起在20世纪以前的西方社会,对“什么是企业的社会责任”这一问题的回答是不容置疑的,企业唯一的目标和社会责任就是股东利润最大化。亚当·斯密(Adam Smith)的自由经济观点认为,社会的每一个主体都是从利己主义出发来从事各种经济活动,只有允许和鼓励个体最大限度地追求利润和财富并通过市场竞争这只“看不见的手”的支配,自动地调节各种主体之间的利害关系,才能达到最大的社会福利。这一观点一直被众多企业理论研究和经营者奉为宗旨。20世纪初,现代公司社会责任的思想伴随工业化革命进程逐渐形成后,成为一股挑战传统企业理论、改变人们对公司性质和管理者受托责任的认知并影响公司立法的重要思潮,动摇了自由资本主义经济理论与利润最大化原则。美国1929年出现的经济大萧条促使人们对古典自由经济理论进行反思,凯恩斯学派的观点逐渐为多数经济学家和企业界人士所接受。他们几乎一致地认为现代公司处于一个开放的、具有多种功能的系统中,而并非仅仅以追逐利润的个体存在,现代公司应当是在一个相互需要、相互依存的社会环境中从事生产和经营活动。追逐利润是公司市场行为的主要方面,但公司对社会发展所担负的责任不应仅限于利润最大化的结果,责任应贯穿于公司经济活动的全过程,包括获取利润的途径、方法和手段,对外部环境以及利益相关者的影响等方面。

《中国上市公司社会责任报告》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu111.com