

Seminar: Wirtschaft und Ethik – Ebenen, Themen und Erkenntnisse der Diskussion

Grundlagenliteratur:

Mintzberg, H./Simons, R./Basu, K. (2002): Beyond selfishness. In: MIT Sloan Management Review, 44(1), S. 67-74

Poullain, L. (2004): Sittenverfall im Bankwesen: Ungehaltene Rede (<http://www.faz.net/aktuell/politik/die-gegenwart-1/sittenverfall-im-bankwesen-ungehaltene-rede-1176741.html>); zugegriffen am 27.2.2018)

Streeck, W. (2007): Wirtschaft und Moral: Facetten eines unvermeidlichen Themas (http://www.mpi-fg-koeln.mpg.de/people/ws/downloads/Wirtschaft_und%20Moral.pdf; zugegriffen am 26.2.2018)

Treviño, L. K./Brown, M. E. (2004): Managing to be ethical: Debunking five business ethics myths. In: Academy of Management Executive, 18(2), S. 69-81

Ulrich, P. (2016): Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 5. Aufl., Bern

Einstiegsliteratur:

Thema 1.1:

Abelshauser, W. (2009): Des Kaisers neue Kleider? Wandlungen der Sozialen Marktwirtschaft (<https://www.romanherzoginstitut.de/publikationen/detail/des-kaisers-neue-kleider.html>; zugegriffen am 27.2.2018)

Aßländer, M. S./Ulrich, P. (2009): Einführung: Das Soziale der Sozialen Marktwirtschaft. In: dies. (Hrsg.): 60 Jahre Soziale Marktwirtschaft. Illusionen und Reinterpretationen einer ordnungspolitischen Integrationsformel, Bern, S. 9-26

Hecker, C. (2014): Die Soziale Marktwirtschaft als Ausdruck bürgerlicher Werte und Lebensformen. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 15(1), S. 110-142

Knobloch, U. (1996): Liberalismus: Klassisch, Neo, Ordo (http://www.medienheft.ch/uploads/media/07_ZOOM_KM_07_Ulrike_Knobloch_Liberalismus_klassisch_neo_ordo.pdf; zugegriffen am 27.2.2018)

Ulrich, P. (2016): Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 5. Aufl., Bern (insbesondere Abschnitt 9.1, S. 366-389)

Thema 1.2:

Centeno, M. A./Cohen, J. N. (2012): The arc of neoliberalism. In: Annual Review of Sociology, 38, S. 317-340

Crouch, C. (2011): Das befremdliche Überleben des Neoliberalismus, Berlin

Murphy, J./Willmott, H. (2015): The rise of the 1%: An organizational explanation. In: Research in the Sociology of Organizations, 43, S. 25-53

Sandel, M. J. (2012): Was man für Geld nicht kaufen kann. Die moralischen Grenzen des Marktes, Berlin

Ulrich, P. (2016): Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 5. Aufl., Bern (insbesondere Abschnitt 9.1, S. 366-389)

Thema 1.3:

Davis, G. F./Kim, S. (2015): Financialization of the economy. In: Annual Review of Sociology, 41, S. 203-221

Deutschmann, C. (2011): Limits to financialization. Sociological analysis of the financial crisis. In: Journal of European Sociology, 52(3), S. 347-389

Emunds, B. (2010): Renditedruck der Finanzmärkte – schwere Zeiten für die Unternehmensethik. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 11(2), S. 97-121

Heires, M./Nölke, A. (2011): Finanzkrise und Finanzialisierung ([http://www.fb03.uni-frankfurt.de/43202676/Finanzkrise und Finanzialisierung.pdf](http://www.fb03.uni-frankfurt.de/43202676/Finanzkrise_und_Finanzialisierung.pdf); zugegriffen am 27.2.2018)

Tomaskovic-Devey, D./Lin, K.-H. (2011): Income dynamics, economic rents, and the financialization of the U.S. economy. In: American Sociological Review, 76(4), S. 538-559

Thema 1.4:

Della Porta, D. (2017): Progressive und regressive Politik im späten Neoliberalismus. In: Geiselberger, H. (Hrsg.): Die große Regression, Berlin, S. 57-76

Fischer, M. (2013): Kapitalistischer Realismus ohne Alternative? Hamburg

Mastronardi, P. (2014): Kann die Demokratie den Kapitalismus neu verfassen? (<http://www.rat-kontrapunkt.ch/gesellschaft/kontrapunkt-texte-gesellschaft/kann-die-demokratie-den-kapitalismus-neu-verfassen/>; zugegriffen am 26.2.2018)

Streeck, W. (2016): Die Demokratie in der Krise. In: Brühlmeier, D./Mastronardi, P. (Hrsg.): Demokratie in der Krise, Zürich, S. 67-76 (<https://wolfgangstreeck.com/2016/10/10/die-demokratie-in-der-krise/>; zugegriffen am 26.2.2018)

Ulrich, P. (2009): Die gesellschaftliche Einbettung der Marktwirtschaft als Kernproblem des 21. Jahrhunderts. Eine wirtschaftsethische Fortschrittsperspektive (<https://www.alexandria.unisg.ch/53331/1/Bericht-115.pdf>; zugegriffen am 27.2.2018)

Thema 2.1

Albach, H. (2005): Betriebswirtschaftslehre ohne Unternehmensethik. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 75(9), S. 809-831

Friedman, M. (1970): The social responsibility of business is to increase its profits. In: The New York Times Magazine, Sept. 13

(<http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>,
zugegriffen am 27.2.2018)

Streeck, W. (2007): Wirtschaft und Moral: Facetten eines unvermeidlichen Themas
(http://www.mpi-fg-koeln.mpg.de/people/ws/downloads/Wirtschaft_und%20Moral.pdf;
zugegriffen am 26.2.2018)

Thielemann, U./Weibler, J. (2007): Betriebswirtschaftslehre ohne Unternehmensethik? Vom Scheitern einer Ethik ohne Moral. In: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 77(2), S. 179-194

Ulrich, P. (2016): Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 5. Aufl., Bern (insbesondere Kapitel 10, S. 427ff.)

Thema 2.2:

Sablowski, T. (2004): Shareholder Value. In: Bröckling, U./Krasmann, S./Lemke, T. (Hrsg.): Glossar der Gegenwart, Frankfurt a. M., S. 236-243

Davis, G. F. (2013): After the corporation. In: Politics & Society, 41(2), S. 283-308

Emunds, B. (2010): Renditedruck der Finanzmärkte – schwere Zeiten für die Unternehmensethik. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 11(2), S. 97-121

Stout, L. (2012): The shareholder value myth: How putting shareholders first harms investors, corporations, and the public, San Francisco

West, D. (2011): The purpose of the corporation in business and law school curricula, Governance Studies at Brookings (<https://www.brookings.edu/research/the-purpose-of-the-corporation-in-business-and-law-school-curricula/>; zugegriffen am 27.2.2018)

Thema 2.3

Desmet, P.T. M./Hoogervorst, N./Van Dijke, M. (2015): Prophets vs. profits: How market competition influences leaders' disciplining behavior towards ethical transgressions. In: The Leadership Quarterly, Vol. 26(6), S. 1034-1050

Dohmen, C. (2016): Profitgier ohne Grenzen, Köln

Jones, B./Bowd, R./Tech, R. (2009): Corporate irresponsibility and corporate social responsibility: Competing realities. In: Social Responsibility Journal, 5(3), S. 300-310

Lange, D./Washburn, N.T. (2012): Understanding attributions of corporate social irresponsibility. In: Academy of Management Review, 37(2), S. 300-326

Mitchell, L. E. (2002): Der parasitäre Konzern. Shareholder Value und der Abschied von gesellschaftlicher Verantwortung, München

Thema 2.4:

Caroll, A. B./Shabana, K. M. (2010): The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. In: International Journal of Management Reviews, 12(1), S. 85-105

Fleming, P./Jones, M. T. (2013): The end of corporate social responsibility. Crisis and critique, Los Angeles u. a.

Gond, J.-P./Palazzo, G./Basu, K. (2009): Reconsidering instrumental corporate social responsibility through the Mafia metaphor. In: Business Ethics Quarterly, 19(1), S. 57-85

Paine, L.S. (2000): Does ethics pay? In: Business Ethics Quarterly, 10(1), S. 319-330

Thielemann, U. (2008): Ethik als Erfolgsfaktor? The Case against the business case und die Idee verdienter Reputation. In: Scherer, A./Patzer, M. (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik, Wiesbaden, S. 231-255

Thema 2.5:

Graafland, J./van de Ven, B. (2006): Strategic and moral motivation for corporate social responsibility. In: Journal of Corporate Citizenship, 22, S. 111-123

Reinhard, F. L./Stavins, R. N./Vietor, R. H. K. (2008): Corporate social responsibility through an economic lense. In: Review of Environmental Economics and Policy, 2(2), S. 219-239

Steinmann, H./Löhr, A. (1988): Unternehmensethik – eine „realistische Idee“. Versuch einer Begriffsbestimmung anhand eines praktischen Falles. In: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 40(4), S. 299-317

Thielemann, U. (2010): Gelebte Unternehmensethik – Entthronung des Gewinnprinzips. Zur Unverzichtbarkeit der Integrität des Managements. In: Meier, U./Sill, B. (Hrsg.): Führung. Macht. Sinn, Regensburg, S. 282-292

Ulrich, P. (2012): Gewinnprinzip oder prinzipiengeleitetes Gewinnstreben? Wirtschaftsethische Auflösung eines betriebswirtschaftlichen Tabus. In: Hahn, R./Janzen, H./Matten, D. (Hrsg.): Die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens, Stuttgart, S. 21-37

Thema 3.1:

Conger, J. A. (2005): "Oh Lord, Won't You Buy Me a Mercedes-Benz": How compensation practices are undermining the credibility of executive leaders. In: Ciulla, J. B./Price, T. L./Murphy, S. E. (Hrsg.): The quest for moral leaders, Cheltenham, S. 80-97

Hayward, M. L. A./Rindova, V. P./Pollock, T. G. (2004): Believing one's own press: The causes and consequences of CEO celebrity. In: Strategic Management Journal, 25(7), S. 637-653

LAB Consulting Barometer (2015): Deutsche Manager handeln immer unmoralischer (<https://labcompany.net/de/news/consulting-barometer/detail/deutsche-manager-handeln-immer-unmoralischer>; zugegriffen am 27.2.2018)

Ludwig, D. C./Longenecker, C. O. (1993): The Bathsheba Syndrome: The ethical failure of successful leaders. In: Journal of Business Ethics, 12(4), S. 265-273

Mizruchi, M.S./Marshall II, L.J. (2016): Corporate CEOs, 1890-2015: Titans, bureaucrats, and saviors. In: Annual Review of Sociology, Vol. 42, S. 143-163

Thema 3.2:

Kempster, S./Carroll, B. (2016): Introduction: Responsible leadership – realism and romanticism. In: dies. (Hrsg.): Responsible leadership, London, S. 1-20

Mizruchi, M. S./Marshall II, L. J. (2016): Corporate CEOs, 1890 – 2015: Titans, bureaucrats, and saviors. In: The Annual Review of Sociology, Vol. 42, S. 143-163

Patzer, M./Vögtlin, C./Scherer, A.G. (2012): Ein politisches Verständnis verantwortungsvoller Führung im globalen Unternehmenskontext. In: Hahn, R./Janzen, H./Matten, D. (Hrsg.): Die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens, Stuttgart, S. 125-151

Pless, N. M./Maak, T./Waldman D. A. (2012): Different approaches toward doing the right thing: Mapping the responsibility orientations of leaders. In: The Academy of Management Perspectives, Vol. 26(4), S. 51-65

Waldman, D. A./Siegel, D. (2008): Defining the socially responsible leader. In: The Leadership Quarterly, 19(1), S. 117-131

Thema 3.3:

Aßländer, M. S. (2012): Shopping for virtues: Corporate und Consumers Social Responsibility im Kontext geteilter sozialer Verantwortung. In: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, Jg. 13 (3), S. 255-277

Busse, T. (2006): Die Einkaufsrevolution. Konsumenten entdecken ihre Macht, München

Davis, I. (2013): How (not) to market socially responsible products: A critical research evaluation. In: Journal of Marketing Communications, Vol. 19 (2), S. 136-150

Schoenheit, I. (2007): Politischer Konsum. Ein Beitrag zum faustischen Konsumentenverhalten. In: Jäckel, M. (Hrsg.): Ambivalenzen des Konsums und der werblichen Wirtschaft, Wiesbaden, S. 211-234

Valor, C. (2008): Can consumers buy responsible? Analysis and solutions for market failures. In: Journal of Consumer Policy, Vol. 31 (3), S. 315-326