

# GLOBAL CORPORATE SUSTAINABILITY

## 8 CFU

(Prof. Angeloantonio Russo)

**LINGUA INSEGNAMENTO:** italiano

### **PREREQUISITI / PREREQUISITES**

Il corso presuppone una buona conoscenza di base delle tematiche inerenti al management e alla strategia d'impresa.

### **OBIETTIVI FORMATIVI / LEARNING OBJECTIVES**

Il corso si propone di trasferire allo studente le nozioni fondamentali per la formulazione di una strategia d'impresa che sia orientata alla sostenibilità del modello di business. In tale prospettiva, la corporate sustainability rappresenta un innovativo approccio manageriale che consente all'impresa di orientare la propria strategia, tenendo in dovuto conto l'impatto non solo economico, ma anche ambientale e sociale del proprio business.

### **RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO ATTESI / LEARNING OUTCOMES**

#### *Conoscenza e capacità di comprensione*

Al termine del percorso di studio, lo studente avrà acquisito le competenze per poter sviluppare un piano strategico di sostenibilità per un'impresa, che contempli una, ovvero molteplici, attività in grado di generare un impatto non solo economico, ma soprattutto sociale e/o ambientale. In particolare, lo studente sarà in grado di comprendere e analizzare tematiche o strumenti quali: la mappatura degli stakeholder, l'analisi di materialità, la reportistica non-finanziaria (bilanci di sostenibilità), la gestione della filiera in chiave di sostenibilità, la finanza sostenibile, il climate change, il green marketing.

#### *Autonomia di giudizio*

Alla fine del corso lo studente avrà acquisito le nozioni che consentono di discernere quali siano le strategie di impresa in grado di avere un impatto economico, ambientale e sociale, nonché di pianificarne e misurarne gli effetti relativamente alla performance complessiva dell'impresa nonché dei suoi principali stakeholder.

#### *Abilità comunicative*

Attraverso le nozioni teoriche e pratiche acquisite lo studente sarà in grado di presentare ed esporre un piano strategico di sostenibilità per un'impresa, nonché di argomentare in merito alla effettiva capacità di una strategia ovvero attività d'impresa di generare valore sociale, ambientale ed economico.

### **PROGRAMMA/COURSE SYLLABUS**

La corporate sustainability è ormai un modello consolidato di management d'impresa. Gli attori economici non possono prescindere da tale visione per competere in uno scenario globale radicalmente mutato, in cui i dilemmi etici possono radicalmente cambiare in positivo o negativo il proprio destino. Le imprese che non sono in grado di integrare la sostenibilità all'interno della propria strategia corrono il rischio di perdere opportunità competitive. In tale contesto, il corso offre agli studenti gli strumenti per la formulazione di una strategia orientata alla sostenibilità, incentrandosi sulle principali attività che contraddistinguono la sfera della corporate sustainability. Dopo un inquadramento teorico in tema di corporate sustainability, il corso si

incentra su: gli strumenti di mappatura ed engagement degli stakeholder, la misurazione della performance di sostenibilità e l'attività di rendicontazione non finanziaria, l'operatività del management orientato alla sostenibilità (es. green marketing, sustainable supply chain management, socially responsible investing). L'attività didattica è incentrata su di un mix di didattica frontale e applicazione in aula. Gli studenti dovranno affrontare l'analisi di casi aziendali da discutere e presentare in aula al fine di concretizzare l'apprendimento di innovative tecniche manageriali.

### **MODALITÀ DI INSEGNAMENTO/COURSE STRUCTURE**

L'insegnamento sarà strutturato in lezioni di didattica frontale in base al calendario accademico. La modalità didattica, incentrata sulla discussione di case study e su lavori di gruppo, consentirà l'apprendimento di metodologie e strumenti in maniera attiva.

### **MODALITÀ DI VERIFICA DELL'APPRENDIMENTO/COURSE GRADE DETERMINATION**

L'esame sarà svolto in forma scritta e orale.

Gli studenti frequentanti (almeno il 70% delle lezioni) devono elaborare un report scritto inerente a un field project (lavoro di gruppo). Avranno, inoltre, la possibilità di sostenere una integrazione orale facoltativa.

Gli studenti non frequentanti devono sostenere l'esame in forma orale su tutto il materiale del corso.

### **ATTIVITÀ DI SUPPORTO/OPTIONAL ACTIVITIES**

Non previste

### **TESTI CONSIGLIATI E BIBLIOGRAFIA/READING MATERIALS**

#### Frequentanti:

- ✓ Letture e casi presenti sulla piattaforma elettronica distribuite dal docente.

#### Non frequentanti:

- ✓ Russo, A., Vurro, C. (2018), "La Sostenibilità", in Russo, A., Vurro, C. "Economia e Management delle Imprese", McGraw-Hill Education Italia, Milano.
- ✓ Russo, A. (2011), "Deconstructing the relationship between corporate social and financial performance", con Perrini, F., Tencati, A., Vurro, C., *Journal of Business Ethics*, 102(Supplement 1): 59-76, ISSN: 0167-4544.
- ✓ Dacin, P. A., M. T. Dacin and M. Matear (2010), 'Social Entrepreneurship: Why We Don't Need a New Theory and How We Move Forward From Here', *The Academy of Management Perspectives*, 24 (3): 37-57.
- ✓ Russo, A. (2009), "Shaping Sustainable Value Chains: Network Determinants of Supply Chain Governance Models", con Vurro, C., Perrini, F., *Journal of Business Ethics*, 90(Supplement 4): 607-621, ISSN: 0167-4544.
- ✓ Russo, A., Tencati, A. (2009), "Formal vs Informal CSR Strategies. Evidence from Italian Micro, Small, Medium-sized, and Large Firms", *Journal of Business Ethics*, 85(Supplement 2): 339-353, ISSN: 0167-4544.
- ✓ Perrini, F., Russo, A. (2008), "Innovazione e Relazioni, Driver della Sostenibilità. A colloquio con Andrea Illy", *Economia & Management*, 4: 11-21.
- ✓ Dyllick, T., Hockerts, Kai (2011), Beyond the business case for corporate sustainability, *Business Strategy and the Environment*, 11(29), 130-141.
- ✓ Social Statement Social Commitment, 2005, Social Statement e Set di indicatori.
- ✓ Mitchell, R. K., B. R. Agle and D. J. Wood: 1997, 'Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts', *Academy of Management Review* 22(4), 853-886.



Facoltà di Economia  
Laurea Magistrale in Economia e Management (LM-77)

- ✓ Hart, S. L. & Ahuja, G. 1996. Does it Pay to be Green? An Empirical Examination of the Relationship between Emission Reduction and Firm Performance. *Business Strategy and the Environment*, 5(1): 30-37.