

Elenco delle tesi del Master "Management e Responsabilità Sociale d'Impresa"
A. A 2004/2005

Riccardo Balzano	<i>Strategia, valori, leadership, prassi organizzative nelle PMI verso la responsabilità sociale d'impresa.</i>
Irene Barbon	<i>La rete sociale: una piattaforma per lo sviluppo e la promozione della responsabilità ambientale locale. Il caso della Provincia di Treviso.</i>
Peter Dominic Battaglia	<i>Gli equilibri nei rapporti tra impresa ed enti pubblici alla luce della responsabilità sociale d'impresa e dell'innovazione.</i>
Beppe Bozzi	<i>Economia del benessere: l'equità come bene pubblico.</i>
Micol Carmignani	<i>Un bilancio di sostenibilità per i comuni.</i>
Maria Grazia Cefalì	<i>Le Camere di Commercio per la diffusione della RS tra le imprese mediante la realizzazione del progetto CRS – SC.</i>
Maria Anita Chiefari	<i>Bilancio sociale della Provincia di Catanzaro 2004.</i>
Antonio Chiesa	<i>La partecipazione dei lavoratori alla vita dell'impresa. Una modalità concreta di RSI.</i>
Antonia Crupi	<i>Il bilancio dell'intangibile.</i>
Marco De Sabbata	<i>La responsabilità sociale. Dal bilancio sociale privato al bilancio sociale pubblico.</i>
Yvonne Di Vito	<i>Il cause related marketing. Un case history di successo. "Dash Missione Bontà Ospedale Amico".</i>
Ester Gaetano	<i>Rendicontazione sociale e attività di missione di un'organizzazione di categoria: verso il bilancio sociale di Col diretti.</i>
Claudia Gonnella	<i>La governance delle Credit Union e la responsabilità sociale d'impresa.</i>
Anastasië Katsayamba Kambuyi	<i>Responsabilità sociale delle imprese nel terzo mondo.</i>
Merilù Morabito	<i>Un treno verso la responsabilità sociale d'impresa.</i>
Claudia Pizzigalli	<i>Politiche pubbliche e impatto ambientale: tre casi studio.</i>
Cinzia Quattrociochi	<i>Responsabilità sociale nel settore agro – alimentare: esperienze aziendali e relazioni negoziali.</i>
Felice Scaringella	<i>Il bilancio sociale da strumento di rendicontazione a strumento di controllo e gestione aziendale.</i>
Francesca Vampa	<i>La pubblicità: un problema di responsabilità sociale.</i>