

## Management e Responsabilità sociale d'impresa

### La storia, gli obiettivi, i partner

La Facoltà di Scienze Sociali della Pontificia Università San Tommaso d'Aquino, in collaborazione con l'Università LUMSA di Roma e l'Associazione Adjuvantes, istituisce nel 2003 il Master in "Management e Responsabilità Sociale d'Impresa": un corso di formazione post-laurea dedicato ai temi della responsabilità sociale d'impresa (RSI), dell'etica economica e, più in generale, del management, con l'obiettivo di contribuire alla formazione di figure professionali altamente specializzate in materia di *corporate social responsibility*, *corporate governance*, finanza etica e sostenibilità. Il Master intende fornire le basi teoriche e gli strumenti metodologici per gestire le relazioni con gli stakeholder aziendali, valorizzare il capitale intellettuale, valutare e gestire i rischi socio-ambientali, sviluppare piani di sostenibilità, predisporre codici etici e di comportamento, redigere e revisionare bilanci sociali, definire strategie di marketing, comunicare le politiche di RSI, formulare strategie di asset management nell'ottica dell'investitore etico. Il Master si avvale altresì della collaborazione di illustri docenti provenienti, oltre che Angelicum e LUMSA dalle principali università italiane (oltre anche Università Sapienza, Università di Roma Tre, Università Tor Vergata, Università Cattolica di Milano, Università di Bergamo) e statunitensi (St. Thomas University, Minnesota). È un corso di formazione post-laurea rivolto a laureati, triennali o specialistici, a giovani professionisti e manager che intendono acquisire competenze distintive nel campo della RSI. Offre una preparazione tecnico-professionale che riflette le esigenze concrete delle aziende e quindi immediatamente spendibile sul mercato del lavoro, finalizzato a formare persone in grado di ricoprire ruoli di responsabilità in diverse aree strategiche.

Il Master di I livello è stato strutturato in 1500 ore complessive di formazione (60 crediti universitari), articolate su 300 ore di aula (lezioni frontali, esercitazioni, laboratori), convegni, studio individuale, coaching, stage o project work, verifiche di fine modulo e di-



## Per una cultura di management fondata sull'etica

Marina Russo



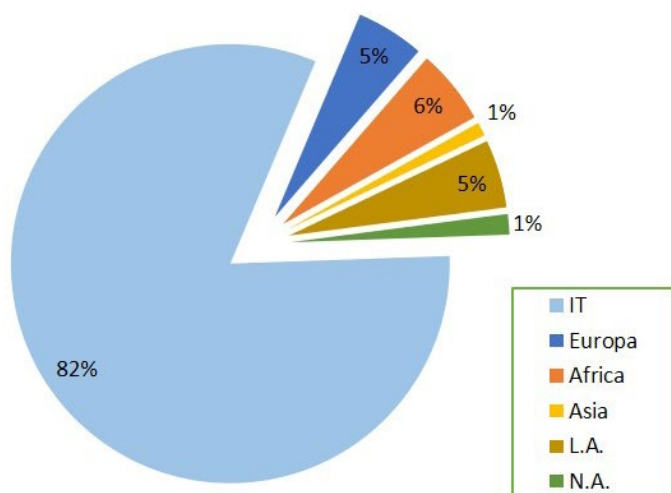
scussione del progetto di fine corso. La didattica in aula si articola in 8 moduli teorico-pratici e 3 laboratori, con lezioni tenute da docenti universitari e esponenti delle imprese e delle istituzioni partner che integrano la didattica con seminari, casi di studio e simulazioni. La struttura didattica del corso è stata aggiornata nel corso degli anni e delle edizioni, al fine

di accogliere le istanze e le sfide contemporanee. Il corso ha avuto 12 edizioni, dal 2003 al 2016. Queste le denominazioni dei moduli delle ultime edizioni:

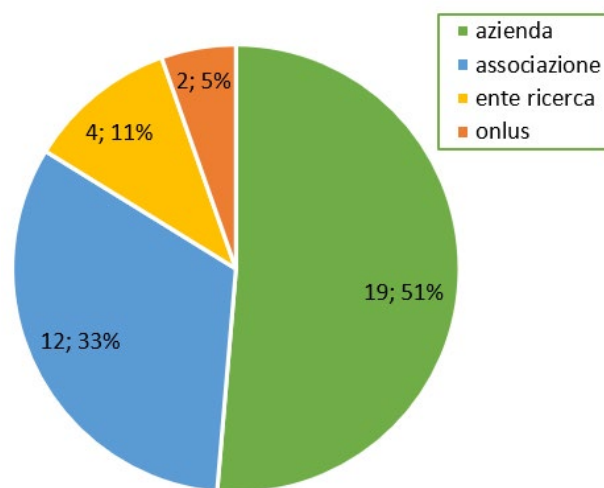
1. Governo e assetti istituzionali dell'impresa;
2. Economia civile: le frontiere dell'etica economica;
3. Business Ethics: fondare la respon-



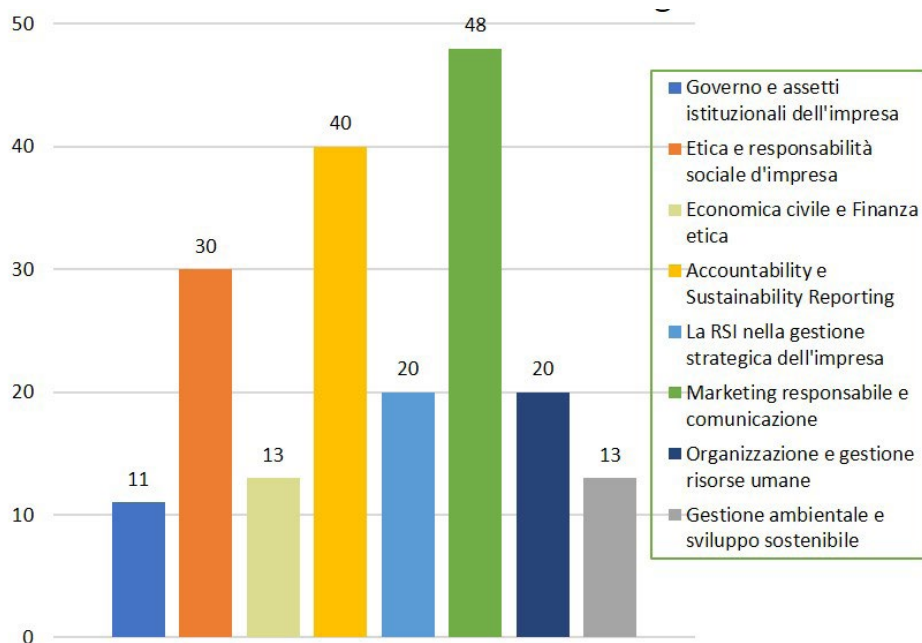
**Provenienza geografica**



**Istituzioni stages 2010-2016**



**Gli argomenti delle tesi**



- sabilità sociale dell'impresa;
- 4. La RSI nella gestione strategica dell'impresa;
- 5. Organizzazione aziendale e gestione delle risorse umane;
- 6. Gestione ambientale e sviluppo sostenibile;
- 7. Accountability e bilancio sociale d'impresa;
- 8. Comunicare la sostenibilità dell'impresa;

Laboratori: CSR Game; Business English; Socially Responsible Investing.

Fondamentale asset del Corso è stata la rete dei partner: Imprese e Associazioni (oltre 50 nel corso dei 13 anni di attività) che hanno attivamente collaborato con la partecipazione di esperti di settore in qualità di docenti, relatori in tavole rotonde tematiche, l'offerta di tirocini/stage e borse di studio. Tra i tanti, ricordiamo alcuni nomi noti quali: ACEA, ENEL, FBA, KPMG, SACE, così come Banca Etica, BBB, Coldiretti, FederCooperative, IREF, UNIMPRESA e tanti altri.

Ogni anno è stato organizzato un Corporate Visit Program: due settimane negli Stati Uniti fino al 2013, e una settimana a Londra, dal 2014 al 2016, per incontrare manager di aziende internazionali. Questo è stato possibile grazie alla collaborazione con la St Thomas University (St Paul, Minnesota, US) e con l'organizzazione: **A Blueprint for a Better Business**, con base a Londra.

Nel 2016, dopo la fine dell'accordo con la LUMSA, è stato istituito un nuovo Comitato Scientifico e nel 2017 e 2018 sono state organizzate due edizioni in forma ridotta, come Corso di Perfezionamento di 80 ore, interamente gestite da Adjuvantes ONLUS insieme alla Facoltà di Scienze Sociali dal titolo: "CSR, Innovazione Sociale e Sostenibilità".

**Gli studenti e i loro interessi**

Hanno partecipato al Corso 199 studenti nelle prime 12 edizioni, cui si aggiungono 15 studenti delle ultime due edizioni.

Il numero degli iscritti va da un minimo di 10 nell'ultima edizione del 2015-16 ad un massimo di 26 nel 2009-10. La presenza femminile è leggermente predominante (57%).

L'età va da un minimo di 21 anni ad un massimo di 54 anni, con maggioranza di giovani (il 60% ha fino a trent'anni).

Oltre la metà degli studenti è occupata, come dipendente o come lavoratore/lavoratrice autonomo/a.

Gli studenti iscritti sono laureati principalmente in Economia e Management (31%), Scienze politiche (15%) e Comunicazione e Marketing (15%).

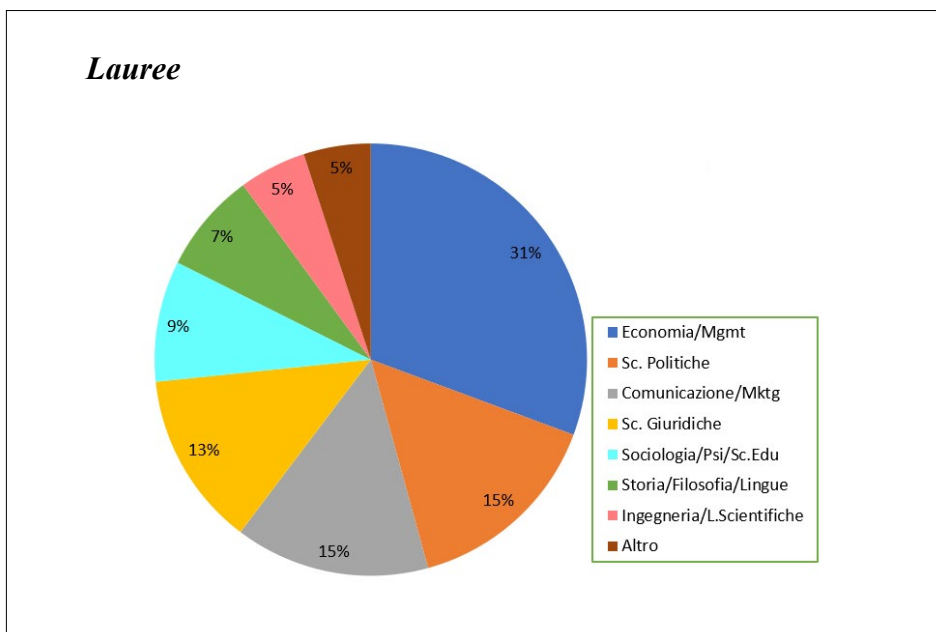
Gli studenti del Programma sono per lo più italiani (82%): di questi la maggioranza (66%) proviene dall'area romana e del centro Italia, il 29% dal sud Italia, solo il 6% dal nord Italia, dato quest'ultimo ben prevedibile visto l'offerta della Bocconi sulla Responsabilità Sociale d'Impresa nell'area lombarda. Il restante 18% degli studenti è straniero: 5% da altri paesi europei, il 6% dall'Africa, il 5% dall'America Latina.

Al termine del percorso formativo, agli studenti del programma è stato richiesto di sviluppare una tesina originale, nell'ambito di uno dei moduli del corso, sotto la guida del docente responsabile. Sono state così realizzate 195 tesi (due studenti hanno lavorato insieme e altri tre non hanno completato il lavoro).

Le aree maggiormente sviluppate dagli studenti sono state: Marketing responsabile e comunicazione (25%) e Accountability e Sustainability. Reporting (21%).

Per quanto riguarda gli stages presso le Istituzioni partner, ne hanno usufruito 83 studenti, il 42% del totale; l'informazione va letta tenendo conto del fatto che gli studenti non occupati erano il 48% del totale: gli studenti lavoratori non hanno potuto accedere a questa possibilità, sostituendo talvolta l'esperienza dello stage con un progetto interno alla propria azienda/istituzione.

Le Istituzioni che hanno accolto gli studenti del Corso sono state 46, prevalentemente a Roma, ma anche in Lombardia ed Emilia Romagna o in altri luoghi, talvolta su proposta degli studenti (ad es. enti locali). Dal 2010 al 2016 sono stati effettuati 37 stages in 18 Istituzioni, tra aziende, enti di ricerca, associazioni ed onlus; l'84% con sede a Roma, le altre 5 a Milano, Bologna e Mantova.



### Occupazione

