

Indice

	<i>pag.</i>
<i>Indice</i>	XI
<i>Introduzione</i>	XV
 <i>Capitolo 1</i>	
<i>Brevi cenni sul concetto di etica: la lezione dei filosofi</i>	1
1.1. Cosa è l'etica?	1
1.2. ... e la morale?	3
1.3. ... torniamo all'etica	5
1.4. L'etica: un tentativo di classificazione	10
 <i>Capitolo 2</i>	
<i>Comportamento etico e (principali) teorie etiche</i>	13
2.1. Premessa	13
2.2. Teorie etiche	14
2.2.1. L'etica della condotta	14
2.2.2. Teorie etiche consequenzialiste: l'utilitarismo	16
2.2.2.1. La teoria	16
2.2.2.2. La principale critica all'utilitarismo e la riformulazione di Mill	25
2.2.2.3. Le ulteriori critiche	27
2.2.3. Teorie etiche consequenzialiste: l'egoismo	29
2.2.4. Teorie etiche deontologiche: Kant	29
2.2.5. L'etica delle virtù: dall'azione alle persone	35

*Appendice al Capitolo 2**Il Bushido. L'etica delle virtù in Giappone* 53*Bushido*: la via dei samurai (etica delle virtù) 53

Gi (義): Onestà e Giustizia (rettezza); Giri (義理): senso del dovere 59

Yu (勇): Eroico Coraggio 62

Jin (仁): Compassione, benevolenza 65

Rei (礼): Gentile Cortesia 68

Makoto (誠), o Shin (信): sincerità, lealtà, fiducia, fedeltà alla parola 70

Meiyo (名誉): Onore 72

Chūgi (忠義): Doveri e Lealtà 73

*Capitolo 3**Etica ed economia* 77

3.1. Premessa: etica ed economia, comune origine differente percorso? 77

Un dibattito ancora aperto 77

3.2. Bernard Mandeville: l'antitesi tra etica ed economia 83

3.3. L'economia come scienza egoista: l'*homo oeconomicus* e la (perfetta) razionalità 91

3.4. Il contributo di A. Sen 96

3.4.1. La razionalità in economia 96

3.4.2. ... ma l'obiettivo dell'economia non può essere egoista: il *capability approach* 101*Capitolo 4**Impresa, comportamento, decisioni* 107

4.1. Premessa 107

4.2. L'impresa come sistema complesso 107

4.3. Il processo decisionario e il soggetto economico d'impresa 115

4.3.1. Il processo decisionario 116

4.3.2. Il sistema (gerarchico) decisionale 120

4.3.3. Il soggetto economico 122

4.4. L'etica d'impresa: un percorso evolutivo 123

*Capitolo 5**Etica e impresa: il contributo delle scienze socio-organizzative* 127

- 5.1. Una premessa. Le scienze socio-organizzative non iniziano seguendo un approccio etico. F.W. Taylor: lo *scientific management* e la produttività fisico-tecnica 127
- 5.2. Un primo passo. Elton Mayo: la psicologia industriale e la scuola delle relazioni umane 132
- 5.3. Il contributo di Chester Barnard: l'organizzazione come sistema cooperativo 135
- 5.4. Il definitivo superamento dell'*homo oeconomicus*: H. Simon e l'economia comportamentale 139
- 5.5. Abraham Maslow e gli insegnamenti della psicologia comportamentale 145
- 5.6. Douglas McGregor: l'aspetto umano dell'impresa 153

*Capitolo 6**Etica e impresa: la teoria degli stakeholder* 161

- 6.1. Premessa 161
- 6.2. Gli *stakeholder*: elementi definatori e rilevanza: chi sono gli *stakeholder* e il soggetto economico a chi presta (a chi dovrebbe prestare) attenzione? 162
- 6.2.1. Gli *stakeholder*: elementi definatori 162
- 6.2.2. Gli *stakeholder*. La rilevanza: a chi prestare attenzione 166
- 6.2.2.1. M.B.E. Clarkson: *stakeholder* primari e secondari 166
- 6.2.2.2. R.K. Mitchell, B.R. Agle e D.J. Wood: potere, legittimità e urgenza 167
- 6.2.2.3. R. Phillips: legittimità normativa e derivativa 171
- 6.2.2.4. Gli *stakeholder* nell'economia aziendale italiana 173
- 6.3. La gestione degli *stakeholder* 176
- 6.4. La critica di Goodpaster: la teoria degli *stakeholder* non è etica ma opportunistica 179

*Capitolo 7**Etica e impresa: la corporate social responsibility* 183

- 7.1. Premessa 184
- 7.2. Gli albori: il contributo di Bowen e Davis 187
- 7.2.1. Bowen e il *businessman* responsabile 187

	<i>pag.</i>
7.2.2. Davis: <i>businessman</i> ma anche business (<i>firm</i>) responsabile	190
7.3. Carroll: responsabilità sociale e <i>management</i> morale	193
7.3.1. La piramide della CSR e il <i>management</i> morale	194
7.3.2. Il <i>three domain approach</i> – <i>Approccio a tre componenti?</i>	201
7.4. La responsabilità sociale d'impresa nell'economia aziendale italiana	206
7.5. La critica di Friedman alla responsabilità sociale della (grande) impresa (a capitale diffuso)	211
7.6. P.F. Drucker: la responsabilità sociale dell'impresa e l'etica della responsabilità del manager	218
<i>Capitolo 8</i>	
<i>Etica e impresa: ulteriori sviluppi "strategici"</i>	229
8.1. Premessa	229
8.2. Il contributo di Porter e Kramer: la <i>corporate social responsibility</i> strategica e il valore condiviso	229
8.2.1. La <i>corporate social responsibility</i> strategica	230
8.2.2. Il valore condiviso	233
8.3. La <i>company stakeholder responsibility</i> di Freeman e Ramakrishna Velamuri	238
8.4. Teorie strategiche ed etica. Alcune considerazioni finali	242
<i>Capitolo 9</i>	
<i>Etica, economia, impresa: una sintesi</i>	245
<i>Riferimenti bibliografici</i>	251