

SOMMARIO

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	3
PARTE I	
INQUADRAMENTO CONCETTUALE	
1. Cambiamento strategico e valori dell'azienda: il <i>core value system</i>	9
2. Natura sovraordinata e funzione di <i>guidance</i> dei valori identitari	31
3. Il <i>core values system</i> : connotati fisiologici o patologici	41
PARTE II	
SCHEMI E MODELLI DI RAPPRESENTAZIONE E DI GOVERNO	
4. I valori originari a fondamento del <i>core values system</i> : uno schema di analisi	51
5. I requisiti che caratterizzano i valori propri di un valido <i>core values system</i>	65
6. Il <i>management by values</i> per il consapevole governo dell'azienda	79

PARTE III

VALORI, CULTURA AZIENDALE, *CORPORATE GOVERNANCE* E CSR

7. Il sistema dei valori e la cultura aziendale	101
8. Il sistema dei valori e la <i>corporate governance</i>	109
9. Il sistema dei valori e la <i>corporate social responsibility</i>	121
<i>Bibliografia</i>	129
<i>Ringraziamenti</i>	147