# Imprese, cultura e mercati

## Prof. Maurizio Stefano Mancuso; Prof. Marco Ugo Grazioli

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso affronta in maniera trasversale e interdisciplinare i temi della *consistenza* interna dell’impresa e della sua *apertura* verso i mercati. Nel primo caso si esamineranno il funzionamento delle organizzazioni, i processi decisionali e le negoziazioni connesse alla vita d’impresa, le dimensioni simboliche delle interazioni organizzative. Per quanto riguarda l’apertura dell’impresa, si affronteranno le dinamiche degli attuali mercati di consumo, gli immaginari culturali e la matrice simbolica della competizione, le trasformazioni dell’impresa alla luce della rivoluzione digitale.

Il corso è strutturato in due moduli: “fenomenologia culturale dei mercati” e “processi decisionali e negoziali”. La prospettiva che lega assieme i due moduli è che l’impresa è sempre più un soggetto culturale, esprime un progetto, è un laboratorio in cui non soltanto *si applicano* saperi e competenze pre-esistenti ma si *generano* nuove visioni, proposte, orizzonti progettuali.

L’obiettivo del primo modulo è quello di descrivere nei suoi molteplici versanti ciò che si può definire il capitale simbolico dell’impresa, ovvero il *mondo di senso* e il patrimonio di significati che agiscono all’interno dei mercati e delle aziende. L’insegnamento intende quindi offrire allo studente la capacità di riconoscere e valorizzare le forme simboliche, di matrice fenomenologico-esistenziale, operanti nel mondo del lavoro, nella costruzione dell’offerta aziendale, nelle dinamiche organizzative. In particolare, uno specifico risultato d’apprendimento riguarda la messa in opera, da parte degli studenti, di un approccio metodologico di analisi e osservazione della realtà che sappia immergersi in una viva fenomenologia dell’esperienza umana, riconoscendo i tratti peculiari e distintivi di ogni scenario di senso indagato (gli immaginari del consumo, il lavoro, le differenze di genere, la coniugazione uomo-tecnologia, e così via), con uno sguardo aperto e non riduzionista, capace di snidare il senso racchiuso nelle cose stesse.

Il modulo “Processi decisionali e negoziali” ha per obiettivo quello di favorire l’acquisizione delle conoscenze teoriche e pratiche circa il funzionamento delle organizzazioni complesse per quanto riguarda i processi di presa delle decisioni (strategiche, allocative e operative) e le negoziazioni all’interno e all’esterno dell’organizzazione.

L’ambito sul quale verranno concentrati i contenuti delle riflessioni proposte sarà quello delle organizzazioni e delle istituzioni di grandi dimensioni sia nazionali sia globali.

Il modulo si concentra su due aspetti della gestione dei processi organizzativi:

1. il funzionamento organizzativo in prossimità delle decisioni a elevata complessità;

2. la gestione delle negoziazioni e dei conflitti.

I due aspetti processivi verranno a loro volta scomposti negli argomenti indicati nella sezione II Modulo del programma del corso.

Il corso è integrato dal laboratorio “Logica e retorica nelle organizzazioni”, in cui verranno proposte esercitazioni di tipo pratico e argomentativo.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

I Modulo: *Fenomenologia culturale dei mercati* (Prof. Maurizio Stefano Mancuso)

Il primo scenario indagato sarà la competizione nei mercati di consumo attuali. Attraverso numerosi esempi tratti dagli scenari competitivi, il corso mostrerà lo stretto connubio oggi esistente tra mondi del consumo e patrimonio immaginario della cultura. Si tratta di una fusione che ha notevoli implicazioni non solo al livello della teoria dei consumi e dell’impresa, ma anche sul piano della sociologia culturale e delle riflessioni - di matrice sociologica, filosofica e antropologica – legate ai temi della “invenzione del quotidiano” e dei processi di simbolizzazione nella cultura occidentale. I contenuti salienti saranno i seguenti:

– I valori immateriali dei prodotti di consumo.

– La nozione d’immaginario e le sue declinazioni.

– La fenomenologia culturale dei mercati e la delineazione di una sociologia dello spirito.

Si esamineranno poi le dinamiche simboliche operanti all’interno della vita organizzativa e professionale dell’impresa, con un’attenzione specifica ai seguenti temi:

* i processi di simbolizzazione sul lavoro da parte delle persone;
* la vocazione d’impresa come ricerca di un’identità distintiva nel confronto competitivo;
* i teatri interazionali dell’organizzazione;
* la specificità de *il femminile* sul lavoro.

Una particolare attenzione verrà data alle trasformazioni culturali sul lavoro dettate dalla rivoluzione digitale in atto, sui molteplici versanti del lavoro nell’impresa: Organizzazione-Mercati-Ecosistema sociale-Mestieri

II Modulo: *Processi decisionali e negoziali* (Prof. Marco Ugo Grazioli)

Il modulo si concentra su due tematiche che vengono entrambe scomposte in ~~7~~ molteplici argomenti come di seguito indicato:

1. *Il funzionamento organizzativo in prossimità delle decisioni a elevata complessità*

– il funzionamento organizzativo: modelli e metafore;

– il sistema di governo;

– i sistemi comitati e riunioni;

– la gestione dell’equità: dalla democrazia alla metrica;

– le modalità di definizione delle regole e di presa di decisione;

– la relazione tra sistemi di presa di decisione e modelli di leadership;

– i comportamenti facilitanti la gestione delle arene organizzative;

– l’efficacia della comunicazione scritta e verbale

2. *La gestione delle negoziazioni e dei conflitti*

– l’analisi economica e l’opportunità di negoziare o configgere;

– la relazione tra teorie organizzative e modelli negoziali;

– le differenze tra negoziazione e mediazioni;

– la complessità e la ripetitività come variabili strategiche dell’incontro negoziale;

– la preparazione di negoziazioni complesse;

– le tecniche di gestione del tavolo;

* esempi e prassi del negoziare.

*Laboratorio “Logica e retorica nelle Organizzazioni”*

Il laboratorio – condotto dai Proff. Mancuso e Grazioli – prevede simulazioni ed esercitazioni guidate. Da un lato ci si propone di offrire agli studenti strumenti per affrontare argomentazioni e ricostruzioni di scenari, consuete nella vita organizzativa. Attraverso l’immersione nella fenomenologia del processo conoscitivo, e con l’ausilio di tecniche e pratiche argomentative, gli studenti saranno chiamati a partecipare a processi di ricostruzione e diagnosi di scenari concettuali.

Il secondo obiettivo è di favorire l’acquisizione delle pratiche circa il funzionamento delle organizzazioni complesse in situazioni di forte cambiamento e di produzione di shock innovativi.

Alla luce delle esperienze concrete e attraverso una ricognizione del dibattito attuale sul funzionamento organizzativo, sul capitale sociale e intellettuale, il laboratorio consente di praticare 4 competenze:

1. Interpretazione di situazioni complesse.

2. Definizione di strategie di cambiamento.

3. Creatività piegata all’attuazione di soluzioni.

4. Esercizio dell’equità e della giustizia all’interno di sistemi complessi e mutevoli.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Per il I modulo

Gli studenti dovranno prepararsi sulle dispense scritte dal docente e su un testo a scelta -o parti di testi- tra la bibliografia che verrà immessa su blackboard (riguardante le diverse parti e dimensioni del modulo), sulla base degli interessi maturati durante le lezioni.

Per il II modulo

Due testi tra i seguenti:

J.G. March, *Decisioni e organizzazioni,* Il Mulino, 1993.

Fisher-Ury, *L’arte del negoziato,* Mondadori, 2005. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/roger-fisher-william-ury-bruce-patton/larte-del-negoziato-per-chi-vuole-ottenere-il-meglio-in-una-trattativa-ed-evitare-lo-scontro-9788867005529-674459.html)

D. Kahneman, *Rumore,* Utet, 2021 [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/daniel-kahneman-olivier-sibony-cass-r-sunstein/rumore-un-difetto-del-ragionamento-umano-9788851185541-699810.html)

D. Kahneman, *Pensieri lenti e veloci,* Mondadori, 2013. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/daniel-kahneman/pensieri-lenti-e-veloci-9788804736127-690915.html)

Un testo a scelta in questa lista:

J. Coleman, *Foundations of social theory,* The Belknap Press of Harvard University Press, 1990.

M. Douglas, *Credere e pensare,* Il Mulino, 1994. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/mary-douglas/credere-e-pensare-9788815046963-208190.html)

M. Granovetter, *La forza dei legami deboli,* Liguori, 1993.

A.O. Hirschman, *Lealtà, defezione, protesta*, Bompiani, 1982. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/hirschman-albert-o/lealta-defezione-protesta-rimedi-alla-crisi-delle-imprese-dei-partiti-e-dello-stato-9788815267481-246568.html)

D.C. North, *Istituzioni, Cambiamento istituzionale, evoluzione dell’economia*, Il Mulino, 1994.

M. Olson, *La logica dell’azione collettiva,* Feltrinelli, 1983. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/mancur-olson/la-logica-dellazione-collettiva-i-beni-pubblici-e-la-teoria-dei-gruppi-9788867050611-521241.html)

De Masi, *L’emozione e la regola,* Rizzoli, 2005. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/domenico-de-masi/lemozione-e-la-regola-lorganizzazione-dei-gruppi-creativi-9788817078450-221899.html)

In modo trasversale all’intero corso è inoltre consigliata la lettura di:

Perelman-Olbrechts-Tyteca, *Trattato dell’argomentazione,* Einaudi, 2001 (ristampa), parti I e II. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/olbrechts-tyteca-lucie-perelman-chaim/trattato-dellargomentazione-9788806216443-183091.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Per il I modulo: le lezioni si gioveranno di analisi di casi aziendali e di materiali multimediali. All’interno del Laboratorio, si stimolerà la partecipazione attiva nell’analisi del capitale simbolico di specifici settori competitivi, e si richiederà un breve commento scritto di un testo assegnato.

Per il II modulo: lezioni frontali. Analisi di casi. Simulazioni ed esercitazioni guidate in aula.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Per il I modulo: Esame orale. L’esame verterà sulla conoscenza dei testi e sulla capacità di ricostruire le connessioni tra le varie parti del modulo, le sue tesi fondamentali, l’incrocio delle dimensioni economiche, simbolico-culturali e socio-antopologiche del corso stesso. Particolare rilevanza è assegnata alla consistenza argomentativa (v. testo di Perelman e Olbrechts-Tyteca) e alla precisione di linguaggio della prova orale.

Per il II modulo: Esame orale. L’esame analizzerà le capacità deduttive dal macroscenario dell’argomento trattato fino agli elementi di dettaglio: principi, metodologie e tecniche.

Gli studenti *non* *frequentanti* dovranno concordare con i docenti la sostituzione delle parti pratiche e d’immersione nei casi aziendali.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

L’insegnamento non necessita di particolari prerequisiti. Per quanto riguarda il primo modulo, verrà immesso su blackboard un breve testo che potrà essere letto prima dell’inizio del corso, per poter cogliere con pienezza i collegamenti con le parti concrete dell’insegnamento e risolvere subito in aula eventuali incomprensioni del testo stesso.

Nel caso in cui la situazione sanitaria relativa alla pandemia di Covid-19 non dovesse consentire la didattica in presenza, sarà garantita l’erogazione a distanza dell’insegnamento e degli esami di profitto, con modalità che verranno comunicate in tempo utile agli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

Il Prof. Maurizio Stefano Mancuso riceve gli studenti su appuntamento.

Il Prof. Marco Ugo Grazioli comunicherà a lezione orario e luogo di ricevimento degli studenti.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)