

I CORSO DI AGGIORNAMENTO IN  
**FILOSOFIA PRAGMATISTA DELL'ECONOMIA  
PER IL MANAGEMENT INTERNAZIONALE  
BUSINESS ETHICS & SOCIAL RESPONSIBILITY**

**PERCHÉ UN CORSO DI FILOSOFIA PRAGMATISTA DELL'ECONOMIA?**

Il corso di aggiornamento **Filosofia pragmatista dell'economia per il management internazionale** intende fornire i prerequisiti teorici e pratici per ripensare le questioni economiche a partire da un approccio filosofico pragmatista. In particolare, servendosi di competenze e attività scientifiche e didattiche relative ai diversi versanti del pensiero pragmatista (teorico, economico, etico, pedagogico, giuridico, estetico) il corso si propone di incentivare la riflessione filosofica intesa come rigorosa pratica di indagine dei campi del comportamento umano nella sua dimensione sociale economica.

Il corso ha due finalità principali. La prima riguarda il campo del rapporto tra teoria e prassi, la seconda riguarda l'orizzonte teorico e critico che spesso è trascurato ma in realtà è fondamentale nel campo dell'imprenditoria, dell'attività di management e dell'economia in generale. I due aspetti si compenetrano poiché, tanto in fase di formazione quanto in fase di esercizio concreto, la dimensione pratica apre sempre a una dimensione teorica e quando l'una è isolata dall'altra, entrambe ne risentono.

Scopo specifico del corso è quello di approcciare da una prospettiva filosofica i differenti strumenti in uso nelle dinamiche economiche di legittimazione delle pratiche di *international management* e di *business ethics* al fine di implementare un nuovo paradigma del fare impresa oggi. Oltre a filosofi parteciperanno ai vari incontri studiosi afferenti alle diverse branche delle scienze economiche, giuridiche e psico-pedagogiche. Sarà dunque interdisciplinare tanto la natura delle lezioni quanto i risultati che ci si propone di ottenere.

La valenza 'pratica' della filosofia non si ridurrà quindi ad una riflessione accademica staccata dalle modalità di agire pratico che caratterizza il *know how* specifico di manager e imprenditori, ma partirà da questa per dare corso ad un esercizio che includa al suo interno anche l'applicazione pratica di specifiche tecniche di riflessione (utilizzate anche nelle strategie di *problem solving*), e favorisca soprattutto l'emergere di cornici di senso sufficientemente articolate, in cui singoli e gruppi possano inscrivere le loro esperienze pratiche di economia etica.

Nel corso verranno affrontate questioni e problematiche riguardanti le pratiche manageriali e di business al fine di porre le basi per la costituzione e promozione di una professionalità filosofica dell'attività di impresa, alla luce di un crescente interesse anche in ambito di valorizzazione economica, di una responsabilità sociale d'impresa e di pratiche di management etico. In tal modo si cercherà di mettere in opera l'idea secondo la quale il filosofare è principalmente una *pratica* e, in quanto tale, si iscrive in un quadro di relazioni affianco e a sostegno delle pratiche etiche.

La strutturazione degli incontri, che intreccia conoscenze generali e pratiche, è pensata in modo da permettere di acquisire un background teorico generale sulla filosofia pragmatista e più particolare sulla sua applicazione in ambito economico, sulle potenziali implementazioni nel campo del marketing etico ed esperienziale, e su un utilizzo del metodo pragmatista alle attività di management; verranno inoltre presentate le conoscenze giuridiche per l'implementazione di una responsabilità sociale d'impresa, le nozioni pratiche per la progettazione e realizzazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale e le opportunità odierne del *crowd founding* per il finanziamento di nuovi progetti imprenditoriali basati su criteri di responsabilità sociale.

Per tale ragione il paradigma filosofico di riferimento sarà la *filosofia pragmatista* che consente molto più di altre correnti filosofiche di affrontare la sfida che ci si pone per il suo carattere tanto teoretico quanto pratico. L'incontro tra riflessione filosofica e agire pratico è il tratto distintivo di questa tradizione di pensiero moderno, che più di ogni altra si è spesa a sottolineare il carattere *pratico e funzionale* della riflessione intellettuale. Il pragmatismo affonda le sue radici teoriche nella convinzione che non ci sia differenza al livello speculativo che non faccia differenza al livello applicativo, e giustifica i suoi impegni teorici facendo riferimento ai cambiamenti che questi comportano nella vita ordinaria delle persone coinvolte.

### **A CHI È RIVOLTO IL CORSO**

Il corso è rivolto a imprenditori, consulenti, professionisti, giovani diplomati e laureati che si apprestano ad affacciarsi sul mondo del lavoro, nonché a coloro che hanno ruoli di coordinamento nelle aziende e a quanti vogliono apprendere logiche, metodologie e tecniche necessarie per saper organizzare e condurre progetti di international business connessi ad un approccio filosofico nuovo alle questioni economiche. Si rivolge in particolare ad operatori delle piccole e medie imprese italiane che, nella loro vocazione internazionale, siano aperti ad un nuovo approccio all'economia e vogliano acquisire strumenti teorico-pratici per far fronte alle richieste dell'odierna economia globale al fine di implementare la loro capacità di rintracciare nuove opportunità di sviluppo ed espansione.

### **DURATA E OBIETTIVI**

La durata del corso di aggiornamento sarà di **36 ore** da svolgersi in **9 incontri** di 4 ore ciascuno che si terranno il sabato mattina con inizio **l'8 ottobre** e termine il **3 dicembre 2016** e si propone di sviluppare lo studio delle relazioni delle discipline economiche e tecnico-giuridiche con le discipline umanistiche, e in particolare con la filosofia dell'economia, l'antropologia, la pedagogia per il *management*, al fine di offrire gli elementi teorici di base per favorire la formazione di competenze imprenditoriali e manageriali multivaloriali e interdisciplinari.

Trattandosi di un corso innovativo che cerca di far interagire conoscenze teoriche ed applicazioni pratiche proponendo una nuova prospettiva da cui guardare alle opportunità di mercato per le imprese, verranno richieste nel corso degli incontri varie valutazioni di feedback da parte dei partecipanti al corso.

### **CORSI PREVISTI**

***Introduzione alla filosofia pragmatista*** (4 ore/ 1 lezione)

Docente: Rosa M. Calcaterra (Università Roma Tre)

Il corso intende esporre le linee storico-teoriche e gli autori principali della filosofia pragmatista al fine di offrire le linee guida del metodo di ricerca e di ragionamento che si intende porre in luce nel corso di aggiornamento. Si cercherà in particolar modo di

evidenziare le questioni relative alla costruzione delle credenze e, più in generale, dei diversi saperi, ponendo in luce la stretta correlazione intercorrente tra teoria e pratica.

**“Action Philosophy”: Filosofia per il management** (4 ore / 1 lezione)

Docente: Stefano Oliverio (Università di Napoli Federico II)

Il corso si prefigge di implementare la filosofia pragmatista in quanto pratica di indagine volta alla trasformazione delle disposizioni e degli abiti comportamentali umani in un orizzonte di introduzione del sapere filosofico in contesti organizzativo-manageriali. Si sottolineerà il nesso intrinseco tra filosofia e formazione e verrà presentato uno specifico modello di intervento formativo come dispositivo per operazionalizzare, all'interno delle organizzazioni aziendali, il progetto della filosofia come pratica di coltivazione del pensiero a fini di trasformazione dell'agire, attraverso l'esposizione di casi pratici.

**Etica degli affari - Diritto nell'etica degli affari** (4 ore / 1 lezione)

Docente: Fabrizio Cugia di Sant'Orsola (Studia Cugia, Cuomo & Associati)

Il corso si prefigge l'approfondimento giuridico dei temi connessi all'«etica degli affari» (*Business Ethics*) intesa come etica applicata alle attività economiche (Marcoux 2008, Kennedy 2014), con particolare riguardo allo studio ed approfondimento dell'influenza del diritto civile, d'impresa ed internazionale nell'etica degli affari. Il corso si propone di approfondire in particolare le tematiche giuridiche legate alla nuova visione dell'impresa (*corporation*) come parte dell'organismo sociale, quale proprietà preziosa della collettività e non soltanto unità produttiva posseduta e liberamente sfruttabile dal singolo imprenditore secondo le regole classiche.

**Responsabilità sociale d'impresa e nuovo modello gestionale** (4 ore / 1 lezione)

Docente: Eugenio D'Amico (Università Roma Tre)

Il corso ha l'obiettivo di fornire le nozioni basilari per la progettazione e realizzazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale in qualsiasi tipo di organizzazione. La didattica comprende un'esposizione teorica degli argomenti e di casi studio. Il corso intende affrontare il posizionamento dell'impresa nel panorama internazionale della responsabilità sociale d'impresa.

**New Way of Enterprise Financing. Crowdfunding driven of / and Social Responsibility** (4 ore / 1 lezione) – In lingua inglese

Docente: Michael Marx (FAO Sen. Credit and Rural Finance Officer)

Il corso ha l'obiettivo di mostrare come il *crowdfunding* sia emerso come strumento alternativo di finanziamento nelle micro e medie imprese e nelle *start up* e suggerire alcune opportunità di attrazione di finanziamento per imprenditori e manager guidati da criteri di responsabilità sociale. Si intende in tal modo offrire degli strumenti teorici e informazioni pratiche sulle potenzialità delle azioni di *crowdfunding*.

**Estetica e management. Marketing estetico e marketing esperienziale** (4 ore / 1 lezione)

Docente: Roberta Dreon (Università di Venezia Ca' Foscari)

Lo scopo del corso è quello di fornire gli strumenti per una lettura critica di alcuni odierni sviluppi del marketing in senso esperienziale, nonché su base latamente estetica, a partire da un confronto con la tradizione pragmatista. L'intervento sarà pertanto articolato su tre livelli strettamente connessi tra di loro: concetto deweyano di esperienza come interazione con l'ambiente naturale e sociale, nonché di arte come forma intensificata e compiuta di esperienza umana; quadri concettuali sottesi alle proposte dell'economia delle esperienze e del marketing esperienziale; confronto tra i due ambiti, teso a far emergere le differenze, nonché le implicazioni etiche e politiche in senso lato dell'attuale ricorso dell'economia a un

paradigma più estetizzato e più sentimentale di consumatore.

***Comunicazione e persuasione*** (4 ore /1 lezione)

Docente: Anna Pompei (Università Roma Tre)

Il corso intende proporre uno sguardo sugli studi che riguardano le tecniche di comunicazione e le capacità retoriche come elementi fondamentali in uso nella comunicazione umana. Nel corso, dal punto di vista teorico, si terrà conto della dicotomia tra un uso della parola focalizzato sull'ottenimento di un'adesione razionale all'argomentazione (convincimento), e, viceversa, un impiego della parola che tenga conto del suo valore psicagogico, di induzione a un'adesione emotiva all'argomentazione (persuasione). Di questa dicotomia, che risale ai retori e ai filosofi greci, sarà illustrata la ripresa in chiave moderna, principalmente nel modello di Toulmin (1958) – incentrato sugli atti argomentativi reali e sulla loro funzione conativa – e nel modello 'pragma-dialettico ideale' dell'argomentazione per l'analisi della discussione critica proposto da Van Eemeren & Grootendorst (1984). Sul piano pratico, si mostreranno gli strumenti atti a costruire un'argomentazione efficace e consapevolmente etica, con particolare riguardo al linguaggio economico.

***Marketing 3.0*** (4 ore/ 1 lezione)

Docente: Guido Baggio (Università Roma Tre)

Il corso si propone di offrire elementi teorici di base sul Marketing 3.0, noto anche come Marketing etico a partire dalle nozioni apprese nel corso di Estetica e management. In particolare, si studierà l'insieme di comportamenti aziendali che esaltano politiche di marketing trasparenti, che allo stesso tempo promuovono una nuova modalità di promozione di pratiche prosociali e di consumo responsabile connesso. In questa prospettiva l'azienda diventa soggetto attivo nell'implementazione di un modello di comportamento del consumatore che, servendosi di elementi estetici e sentimentali, si riveli socialmente sostenibile.

***Filosofia dell'economia pragmatista*** (4 ore / 1 lezione)

Docente: Guido Baggio (Università Roma Tre)

Il corso di introduzione all'antropologia economica intende collocare all'interno di una prospettiva economica le nozioni acquisite nel corso di Introduzione alla filosofia pragmatista. Verranno esposti i fondamenti teorici della filosofia pragmatista dell'economia, attraverso una esplorazione della relazione tra il piano economico e gli altri aspetti della vita sociale, e l'esame approfondito di alcuni argomenti connessi alla responsabilità sociale delle piccole e medie imprese. In particolare, il focus delle lezioni sarà indirizzato alle modalità di relazione tra i valori imprenditoriali e il contesto locale in cui sono situati.

**DIRETTORE SCIENTIFICO DEL CORSO:** Prof.ssa Rosa M. Calcaterra

**COORDINATORE:** Dott. Guido Baggio

**ACCREDITAMENTI** Al termine delle 36 ore di lezione verranno rilasciato un attestato di frequenza valido per il riconoscimento di **6 CFU**

**SEDE** Dipartimento di Filosofia, Comunicazione e Spettacolo dell'Università Roma Tre (via Ostiense 234).

**DURATA** Ottobre – Dicembre 2016, 36 ore – 9 incontri da tenersi il sabato mattina.

**COSTO DI ISCRIZIONE** Euro 1.300,00

**INFO:** guidobaggio@hotmail.com