



**UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO**

Dipartimento
di Lettere, Filosofia,
Comunicazione

LABORATORIO DIDATTICO

Laboratorio di analisi della cultura aziendale

a.a. 2021-22

Responsabile didattico: da definire

Referente di ruolo: da definire

Periodo di svolgimento: semestre II

Contenuti e obiettivi formativi:

Almeno a partire dagli anni Ottanta, gli studi sui contesti organizzativi hanno riconosciuto l'importanza di studiare le organizzazioni anche a partire dagli aspetti culturali che le contraddistinguono, di analizzare le organizzazioni come culture. In particolare, questo approccio si è rivelato importante per le imprese private, per le quali lo sviluppo e la consapevolezza di una cultura aziendale è un fattore importante per rafforzare la coesione interna all'azienda, per affrontare la concorrenza sul mercato, per progettare strategie di marketing, così come nei casi di acquisizioni o fusioni. D'altra parte, la cultura di un'azienda può non essere uniforme e coerente: a simboli, valori e pratiche proposti dal management i dipendenti possono guardare con sospetto o con cinismo e, di converso, i dipendenti stessi possono sviluppare sistemi simbolici più o meno coerenti o in opposizione con la cultura proposta dal management.

Questo laboratorio si pone l'obiettivo di fornire agli studenti alcuni strumenti teorici ed empirici per analizzare e comprendere la cultura organizzativa nei suoi vari aspetti (artefatti, valori, conoscenze di senso comune, rituali) e di proporre ai partecipanti di applicare tale conoscenza attraverso piccole ricerche empiriche su contesti organizzativi.