

NOTA BIOGRAFICA DI MAURIZIO STEFANO MANCUSO

Maurizio Stefano Mancuso è un filosofo della cultura specializzatosi nell'applicazione della fenomenologia alle problematiche aziendali.

Insegna "Imprese, cultura e mercati" presso la facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica di Milano.

In precedenza ha insegnato nella stessa università presso la facoltà di Sociologia fin dalla sua fondazione. Ha tenuto corsi all'università di Bergamo e alla LIUC di Castellanza.

È docente presso la SEC, scuola di economia civile, al Polo Lionello Bonfanti di Figline-Incisa.

Svolge attività di consulenza d'alta direzione alle imprese. I suoi studi e interventi sono stati impiegati in circa quaranta settori competitivi, dai beni di consumo ai Servizi alle Istituzioni.

La sua attività si è in particolare sviluppata lungo le seguenti direzioni:

- *Vocazioni d'impresa*, per la revisione delle missioni aziendali
- *Analisi fenomenologica del business*, per la messa a punto degli assetti competitivi delle imprese. In tale contesto ha compiuto specifici studi su consumi e immaginari culturali. Ad esempio sul mondo della musica, dell'alimentazione, dell'infanzia, della cura del corpo, della tecnologia domotica, del movimento e le due ruote, il denaro e le banche, il tempo e le assicurazioni, i consumi giovanili e femminili, il mondo dei servizi, e molti altri
- *Ricerca sociale e politiche formative*, fondate su di uno specifico paradigma dell'esperienza conoscitiva
- *Diversity Management*. A tale riguardo ha scritto un testo, *Il femminile e il lavoro*, di circolazione interna, e di prossima pubblicazione
- *Fenomenologia culturale del lavoro*, per le politiche d'ingaggio interno e di ri-mobilitazione delle persone, *e dimensioni simboliche della vita d'impresa*, per lo sviluppo delle Organizzazioni fondate sulle interazioni
- *CSR /CSV*, per un rilancio dell'agire etico dell'impresa

La prospettiva teorica elaborata da Maurizio S. Mancuso è insegnata alla Northwestern University (Harvey Kapnick Business Institutions Program) di Evanston, Chicago.

In Italia viene presentata in diverse *Business School* e università (Istao, master Publitalia, Università Politecnica delle Marche).

Essa ha generato molti saggi, ricerche e articoli, spesso di circolazione interna o riservata.

Tra le principali pubblicazioni si segnalano:

The Phenomenological Approach: A Framework to Design Markets (con M. Tonelli), presentato e pubblicato come *full paper* alla Conferenza Internazionale di Management ICSB, tenutosi a Dublino nel giugno 2014.

Le frecce dell'eroe - Le figure mitiche della giovinezza da Dioniso alla pubblicità dei jeans, Angeli, 2005

A ferro e fuoco - Lo straordinario quotidiano della cucina, saggio di fenomenologia antropologica (con Paola Domenichini), Electa, 2007

I versanti dell'agire etico dell'impresa, in "Il primo libro della planomia", Angeli, 2008.