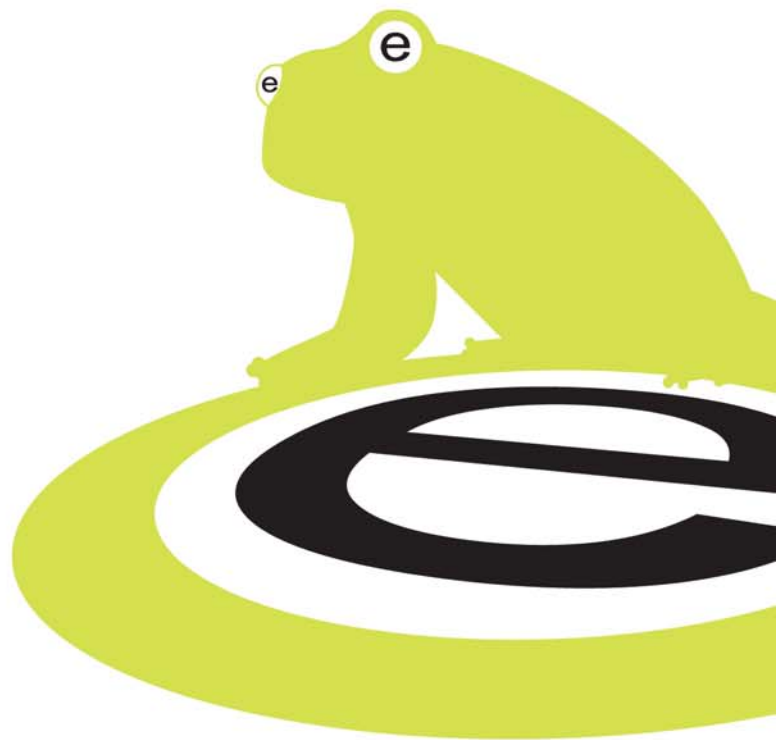


2012



Proposte Formative



## **CORSO APC: ASCOLTARE PER COMUNICARE**

Il corso vuole porre l'attenzione sull'importanza dell'ascolto come premessa a qualsiasi comunicazione efficace. Dalla consapevolezza sulle personali capacità di ascolto potrà maturare una maggiore competenza relazionale, un comportamento più assertivo ed una superiore efficacia comunicativa sia in contesto personale che professionale.

### **INDIRIZZATO A:**

Chiunque senta l'esigenza e abbia lo stimolo a comprendere le dinamiche di ascolto ed il loro impatto sulla comunicazione per raggiungere un livello più alto di consapevolezza in qualsiasi tipologia di relazione.

Tutti coloro che vogliono migliorare la propria efficacia comunicativa in contesti lavorativi e non.

### **TEMI:**

– **L'importanza di ascoltare**

Cos'è la capacità di ascolto e l'importanza nella relazione/comunicazione

– **Tipologie di ascoltatori e barriere**

Percezione, ricezione, elementi influenzanti e distorsioni

– **L'ascolto interiore**

Processi mentali e sistemi di convinzioni

– **Esercitazione**

Autovalutazione prelsulle capacità personali di ascolto

– **Ascoltare gli altri**

Tecniche di ascolto ed metodi di miglioramento

– **Farsi ascoltare dagli altri**

Come guadagnare l'interesse e l'attenzione dei nostri interlocutori



## CORSO BP: AUTOIMPRENDITORIALITÀ

Il mercato del lavoro è sempre più sfidante e chiede a tutti di essere imprenditori di se stessi attraverso un metodo efficace di presentarci e valorizzare i nostri punti di forza.

Il corso è mirato a re-interpretare un documento “classico” dell’autoimprenditorialità quale il business plan in un’ottica personale (il “self-plan”) sia di ricerca del primo lavoro sia di avvio di un progetto professionale autonomo. Si mira ad insegnare i principi di una corretta pianificazione e gli strumenti per un’efficace presentazione (es. ricerca annunci, redazione curriculum, ecc.)

### INDIRIZZATO A:

Disoccupati, Inoccupati, Studenti maggiorenni, liberi professionisti o aspiranti tali che vogliono acquisire nuove competenze e strumenti per un migliore posizionamento e/o riposizionamento sul mercato del lavoro sia come autonomi che come dipendenti.

### TEMI:

#### – La pianificazione

L’importanza di progettare la nostra professione

#### – Il self- plan

Imprenditori del nostro futuro

#### – Il mercato

Datori di lavoro o clienti? L’importante è conoscerli

#### – I concorrenti

Noi e i colleghi

#### – Il “prodotto”

La Swot Analysis come strumento per un bilancio personale

#### – Il piano di marketing

Come cercare gli annunci e come rispondervi (inclusa redazione e stesura di curriculum e lettere di presentazione)

#### – Il piano organizzativo

Dritti alla meta: studi, titoli, esperienze... un percorso per arrivare

#### – Strategia e tattiche della presentazione

Redigere un curriculum e una lettera di presentazione e gestire un colloquio. Cenni di public speaking



## CORSO C&R: LA COMUNICAZIONE E LA RELAZIONE

Il corso ha come finalità incrementare la consapevolezza sull'importanza della comunicazione a qualsiasi livello e nelle diverse tipologie di relazioni. Esplorando i diversi ruoli della comunicazione si vuole sensibilizzare a comprenderne i meccanismi con l'obiettivo di imparare a comunicare in maniera migliore. Si mira così a maturare attenzione nei confronti dei processi di comunicazione con cui ogni giorno entriamo in contatto per saperci relazionare al meglio con i nostri interlocutori adattando contenuti e forma della nostra comunicazione al contesto, persona, situazione, contenuto ecc..

### INDIRIZZATO A:

Chiunque senta l'esigenza e abbia lo stimolo a comprendere le dinamiche comunicative per raggiungere un livello più alto di consapevolezza in qualsiasi tipologia di relazione.

Tutti coloro che vogliono migliorare la propria efficacia comunicativa in contesti lavorativi e non.

### TEMI:

- **“Non si può non comunicare”**

Breve analisi di cos'è la comunicazione e dei diversi tipi di comunicazione (scritta, verbale, non verbale, ecc.).

- **I ruoli e gli elementi della comunicazione**

Emittente, ricevente, messaggio, codice, canale, contesto e referente.

- **La ricetta della comunicazione**

Parole, espressione sonora e fisiologia

- **L'ascolto come premessa alla comunicazione**

Ascoltare le parole, rilevare il tono e osservare la fisiologia

- **I 3 sistemi rappresentazionali**

Visivo, auditivo, cinestesico – come riconoscere il prevalente

- **Cenni di comunicazione non verbale**

Gestualità e mimica: come parliamo con il corpo – Il corpo e lo spazio

- **Gli stili comunicativi**

Passivo, Aggressivo, Assertivo: osservare per conoscere

- **La relazione nella comunicazione**

Mirroring e predicati verbali per creare rapport - Come comportarsi con i vari interlocutori

- **Il peso delle parole**

Cenni di PNL: l'atteggiamento mentale e il sistema di credenze



## CORSO C&R + PET EXPERIENCE: LA COMUNICAZIONE E LA RELAZIONE

Il corso ha come finalità incrementare la consapevolezza sull'importanza della comunicazione a qualsiasi livello e nelle diverse tipologie di relazioni. Esplorando i diversi ruoli della comunicazione si vuole sensibilizzare a comprenderne i meccanismi con l'obiettivo di imparare a comunicare in maniera migliore. Si mira così a maturare attenzione nei confronti dei processi di comunicazione con cui ogni giorno entriamo in contatto per saperci relazionare al meglio con i nostri interlocutori adattando contenuti e forma della nostra comunicazione al contesto, persona, situazione, contenuto ecc..

La teoria viene affiancata da un'esperienza di confronto attraverso l'interazione uomo-animale e animale-animale con cani, cavalli e asini. L'obiettivo di quest'ultima è riscontrare comportamenti e approcci alla comunicazione riscontrabili in ambito umano in un contesto mediato e indiretto nella trasposizione sull'uomo e, grazie all'interazione con i soggetti animali, scevri di implicazioni emotivo-relazionale di disturbo (es. pregiudizi, ecc.).

### INDIRIZZATO A:

Chiunque senta l'esigenza e abbia lo stimolo a comprendere le dinamiche comunicative per raggiungere un livello più alto di consapevolezza in qualsiasi tipologia di relazione.

Tutti coloro che vogliono migliorare la propria efficacia comunicativa in contesti lavorativi e non, predisposti all'interazione uomo-animale.

### TEMI:

#### – “Non si può non comunicare”

Breve analisi di cos'è la comunicazione e dei diversi tipi di comunicazione (scritta, verbale, non verbale, ecc.).

#### – I ruoli e gli elementi della comunicazione

Emittente, ricevente, messaggio, codice, canale, contesto e referente.

#### – La ricetta della comunicazione

Parole, espressione sonora e fisiologia

#### – L'ascolto come premessa alla comunicazione

Ascoltare le parole, rilevare il tono e osservare la fisiologia

#### – I 3 sistemi rappresentazionali

Visivo, auditivo, cinestesico – come riconoscere il prevalente

#### – Cenni di comunicazione non verbale

Gestualità e mimica: come parliamo con il corpo – Il corpo e lo spazio

#### – Gli stili comunicativi

Passivo, Aggressivo, Assertivo: osservare per conoscere

#### – La relazione nella comunicazione

Mirroring e predicati verbali per creare rapport - Come comportarsi con i vari interlocutori



## CORSO CA: LA COMUNICAZIONE AZIENDALE

Il corso ha come finalità di incrementare la consapevolezza sull'importanza della comunicazione e immagine aziendale, percorrendone gli strumenti principali, sia tradizionali che innovativi, a livello istituzionale e pubblicitario.

Il corso inoltre mira a fornire utili indicazioni per massimizzare l'efficacia del rapporto azienda-agenzia nello sviluppo dei progetti di comunicazione.

### INDIRIZZATO A:

Titolari, Dirigenti, Responsabili e Addetti al marketing e di prodotto, Responsabili commerciali e tutti coloro che utilizzano o realizzano strumenti di comunicazione aziendale

### TEMI:

– **La comunicazione aziendale.**

Cos'è, cosa comprende, perché è essenziale e come va affrontata.

– **Le basi**

Quali sono gli elementi che compongono una comunicazione aziendale efficace e come sfruttarli al meglio.

– **Azienda e agenzia**

Quali sono i ruoli rispettivi e come dialogare. L'importanza del brief e cosa lo rende migliore. Strategie e pianificazione.

– **Comunicazione istituzionale**

Cos'è l'immagine coordinata e la sua importanza. Gli strumenti della comunicazione istituzionale: mezzi (brochure, leaflet, siti, ecc.) e come si costruisce e sviluppa un progetto di varie tipologie.

– **Comunicazione pubblicitaria**

L'importanza di adeguare gli strumenti all'azienda, ai prodotti, al target, agli obiettivi e al budget. I media tradizionali (cartacei, ecc.) e innovativi. Panoramica generale delle possibilità offerte dal mercato.

– **Le parole della pubblicità**

Breve glossario sui principali termini (soprattutto inglesi) della pubblicità.



## **CORSO CPSP: COMUNICARE LO STUDIO PROFESSIONALE**

Il corso mira a far conoscere i fondamenti della comunicazione come elemento di relazione trasponendone i valori dal contesto interpersonale al contesto professionale. L'obiettivo è incrementare la consapevolezza sull'importanza di un'immagine professionale da veicolare e apprendere i processi per lo sviluppo di un'identità di comunicazione per lo studio professionale mediante gli strumenti principali di comunicazione (istituzionale e pubblicitaria).

### **INDIRIZZATO A:**

Professionisti di qualsiasi settore e attività quali avvocati, architetti, ingegneri, commercialisti, medici, etc. che da soli o in forma associata esercitano la libera professione e che valutano importante gli aspetti di presentazione della propria professione.

### **TEMI:**

– **Principi e assiomi della comunicazione umana**

Cosa vuol dire comunicare

– **Ruoli, elementi e tipologie della comunicazione**

Emittente, ricevente, messaggio, codice, canale, contesto e referente. Comunicazione verbale, paraverbale, non verbale

– **La comunicazione aziendale: definizione ed elementi che la compongono**

Panoramica generale sulla comunicazione istituzionale e pubblicitaria

– **Comunicare una professione: la corporate identity di uno studio professionale**

L'importanza dell'immagine coordinata come sintesi coerente dei valori aziendali

– **Strumenti e mezzi della comunicazione istituzionale**

Gli strumenti della comunicazione istituzionale e le loro applicazioni allo studio professionale

– **La promozione dello studio: deontologia e pianificazione**

La comunicazione pubblicitaria come lecita efficace

– **Esercitazioni e casi studio**

Cosa fanno i vostri colleghi?



## **CORSO CQA: LA COMUNICAZIONE DA VISSUTO QUOTIDIANO A STRUMENTO DI LAVORO**

Il corso ha come finalità incrementare la consapevolezza sull'importanza della comunicazione a partire da quella interpersonale fino ad arrivare a quello aziendale. Esplorando i diversi ruoli della comunicazione si vuole sensibilizzare alla comunicazione pubblicitaria e più in generale a quella istituzionale per l'azienda. Si mira così a maturare attenzione nei confronti dei processi di comunicazione con cui ogni giorno entriamo in contatto per valutarli criticamente e gestirli meglio.

### **INDIRIZZATO A:**

Personale aziendale di qualsiasi livello per migliorare le relazioni interpersonali a livello lavorativo e approcciare la comunicazione aziendale in modo consapevole

### **TEMI:**

#### – **“Non si può non comunicare”**

Breve analisi di cos'è la comunicazione e dei diversi tipi di comunicazione (scritta, verbale, non verbale, ecc.).

#### – **I ruoli e gli elementi della comunicazione**

Emittente, ricevente, messaggio, codice, canale, contesto e referente.

#### – **L'ascolto come premessa alla comunicazione**

Saper ascoltare le parole e le altre forme di comunicazione per relazionarsi al meglio.

#### – **Applicazioni della comunicazione: interpersonale, pubblica, aziendale, ecc.**

Le diverse “forme” e usi della comunicazione.

#### – **La comunicazione aziendale**

Cos'è, cosa comprende, perché è essenziale e come va affrontata.

#### – **I ruoli e gli elementi della comunicazione aziendale**

I vari interlocutori, i media, i linguaggi, ecc. Comunicazione istituzionale e pubblicitaria.

#### – **Comunicazione istituzionale**

Cos'è l'immagine coordinata e la sua importanza. Gli strumenti della comunicazione istituzionale: mezzi (brochure, leaflet, siti, ecc.).

#### – **Comunicazione pubblicitaria**

I media tradizionali (cartacei, ecc.) e innovativi. L'importanza di adeguare gli strumenti e la comunicazione all'azienda, ai prodotti, al target, agli obiettivi e al budget.

#### – **L'ascolto per l'azienda**

Dalla comunicazione di massa al dialogo one-to-one: l'azienda impara ad ascoltare il cliente. Canali moderni di comunicazione e interazione.



## **CORSO M&F: MOTIVARE E MOTIVARSI**

Il corso analizza i fondamenti della motivazione individuandone le fonti e analizzando quindi metodi e tecniche operative con cui promuoverla. Dallo studio dei fattori motivanti e demotivanti derivano considerazioni su come stimolarla e mantenerla perché sia strumento essenziale nel raggiungimento di obiettivi personali e aziendali.

### **INDIRIZZATO A:**

Manager, imprenditori, dirigenti, livelli intermedi e chiunque debba motivare, coinvolgere, incoraggiare. Chiunque voglia migliorare la propria capacità di motivazione/automotivazione

### **TEMI:**

- **Definizione e leggi della motivazione**

Definire la motivazione e comprenderne i meccanismi essenziali

- **I fattori motivanti e demotivanti**

Cosa incrementa e cosa spegne la motivazione

- **Automotivazione e obiettivi**

Come motivare sé stessi. L'assertività

- **Motivare gli altri**

Leadership e motivazione: come e cosa comunicare. La delega

- **Tecniche di motivazione**

Incentivi e riconoscimenti: come farli funzionare

- **Comunicazioni motivanti**

Saper motivare in diversi contesti di comunicazione (scritta, telefonica, ecc.)



## CORSO MKTG: PILLOLE DI MARKETING

Il corso si pone l'obiettivo di fornire i fondamenti di marketing su cui fondare qualsiasi attività aziendale in quest'area. Teoria e metodi per impostare una strategia e definire le tattiche con cui affrontare il marketing nel proprio contesto produttivo/di servizi.

Gli argomenti vengono trattati con l'ausilio di casi studio che contestualizzano i temi in un ambito applicativo di immediata utilizzabilità per il partecipante

### INDIRIZZATO A:

Titolari, Dirigenti, Imprenditori, Responsabili e Addetti al marketing, Responsabili commerciali e tutti coloro che vogliono approfondire gli aspetti teorici e applicativi di quest'area aziendale.

### TEMI:

#### – Il marketing

Definizione di marketing e importanza nel contesto aziendale

#### – Il target

Definiamo il nostro "pubblico" e conosciamone il comportamento – B2B vs. B2C

#### – Le 4 P del marketing

Prodotto, prezzo, distribuzione e promozione

#### – Il prodotto

Cos'è, linee e mix, cicli di vita, branding e packaging

#### – Il prezzo

Ruolo, concorrenza, domanda-offerta, strategie

#### – La distribuzione

Canali di vendita e vincoli di prodotto

#### – La promozione

Comunicare il prodotto: obiettivi e strumenti

#### – Il piano di marketing

Da cosa è composto e come lo si redige



## **CORSO PIP: PARLARE IN PUBBLICO**

Il corso si pone l'obiettivo di sviluppare competenze per rendere più efficace la comunicazione in tutte le occasioni in cui dobbiamo parlare in pubblico.

Superare l'ansia, conoscere la nostra platea e imparare a mantenerne viva l'attenzione conoscendo i meccanismi fondamentali della comunicazione sono i temi base affrontati nel corso.

Dalle platee alle riunioni, ai piccoli gruppi di interlocutori: la capacità di comunicare aumenta il successo di qualsiasi iniziativa.

### **INDIRIZZATO A:**

Manager, imprenditori, venditori, docenti e chiunque si trovi a dover affrontare una platea o un gruppo di persone per esporre contenuti, convincere o presentarsi.

### **TEMI:**

– **La comunicazione: tipi e percentuali**

Parole, espressione sonora e fisiologia

– **I 3 sistemi rappresentazionali**

Visivo, auditivo, cinestesico – come riconoscere il prevalente

– **Cenni di comunicazione non verbale**

Gestualità e mimica: come parliamo con il corpo – Il corpo e lo spazio

– **La relazione nella comunicazione**

Mirroring e predicati verbali per creare rapport

– **Davanti al pubblico**

Autoimmagine, focalizzazione e ancore

– **Il pre-incontro**

Le mappe mentali

– **Il modello dell'elicottero**

3 fasi per dare il ritmo



## CORSO SMM: SOCIAL MEDIA MARKETING

Il Social Media Marketing è un tema ancora poco familiare per molte aziende e Social Network e Business Community sono spesso vituperate come causa di un diffuso calo della produttività del personale.

L'attuale diffusione di queste moderne "piazze" non può essere né trascurata né fermata. E' bene invece imparare a sfruttare questi canali come alleati dei progetti di marketing e delle strategie aziendali.

Il corso illustrerà i principali effetti e implicazioni della diffusione di questi canali sulla comunicazione aziendale, fornendo riferimenti generali sull'uso consapevole di essi per la promozione di marchio e prodotti e indicazioni per una corretta valutazione e gestione di campagne pubblicitarie.

### INDIRIZZATO A:

Dirigenti, manager, liberi professionisti, responsabili marketing e comunicazione che si vogliono avvicinare al mondo dei social media con un approccio volto a fare marketing attraverso questi nuovi canali di comunicazione.

Chiunque crede in un'evoluzione nel rapporto azienda-cliente che richiede un ripensamento sulle logiche e strategie di promozione aziendale.

### TEMI:

– **Breve "storia" del web marketing fino ad oggi**

Le tappe principali di un nuovo modo di fare marketing.

– **I Social Media: nascita e sviluppo**

Le nuove "piazze" virtuali e l'avvento del web2.0

– **Impatti aziendali dei social network**

Dinamiche interne ed esterne di comunicazione e relazione associate ai social network: come affrontarle

– **Social network, business community, blog, forum, messaggistica, ecc.**

Tutte le facce dei social media: un confronto per scegliere il più idoneo

– **Come pianificare una campagna sui social media**

Fasi, metodi e strumenti per massimizzare l'efficacia

– **Casi studio**

Esempi applicativi da chi già fa social media marketing

– **Approfondimenti ed esercitazioni**

Creazione e gestione di profili personali e aziendali su Facebook, Twitter e LinkedIn



## **CORSO SO: GLI STRUMENTI OPERATIVI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE**

Il corso si propone di fornire le basi per l'utilizzo dei principali strumenti di lavoro quotidiano in azienda in modo efficiente e soprattutto coordinato all'immagine aziendale.

Dopo una breve introduzione alla comunicazione aziendale e alla corporate identity, si considerano i principali software da conoscere per la produzione di documenti coerenti e coordinati all'immagine aziendale definita.

### **INDIRIZZATO A:**

Tutti coloro che producono documenti, email, ecc. per l'azienda

### **TEMI:**

#### – **La comunicazione aziendale e l'immagine coordinata**

Cenni di comunicazione e analisi della corporate identity: cos'è e la sua importanza.

#### – **I documenti della comunicazione aziendale**

Carta intestata, buste, fax, email, relazioni/report/progetti, preventivi, ecc.: quello che ogni giorno scriviamo per l'azienda.

#### – **Word**

Come impostare e utilizzare un template. Funzioni di formattazione.

#### – **Excel**

Tabelle per calcoli e grafici per presentazione dei dati. Inserimento di una tabella o grafico in Word.

#### – **Posta elettronica**

Gestione account multipli. Inserimento e gestione di firme elettroniche.

#### – **Power point**

Come impostare una presentazione. Funzioni di formattazione e animazione.



## CORSO USPR: UFFICIO STAMPA

Il corso ha come finalità di formare figure professionali in grado di seguire l'ufficio stampa interno all'azienda e/o affiancare partner esterni specializzati massimizzando l'efficacia delle attività e individuando spazi di miglioramento alle politiche aziendali pre-esistenti.

### INDIRIZZATO A:

Disoccupati, Inoccupati, Studenti maggiorenni che vogliono acquisire nuove qualifiche o competenze operative in settori affini al mondo del giornalismo e delle pubbliche relazioni.

### TEMI:

– **L'ufficio stampa**

Chi è, cosa fa, quando interviene

– **La notizia**

Creare o riconoscere contenuti di valore per i media

– **Le testate**

Tipologie e caratteristiche per saperle scegliere e saperle contattare

– **Il lancio stampa**

Pianificare un lancio stampa (selezione testate, preparazione materiale, lancio e recall, rassegna stampa)

– **Il comunicato stampa**

Come si scrive e come si divulga: mezzi tradizionali e web

– **La cartella stampa**

Predisporre e tenere aggiornata la documentazione aziendale

– **La conferenza stampa**

Organizzare e coordinare una conferenza stampa (scelta della location e della data, pianificazione temporale, inviti, accoglienza e catering, inviti, recall, etc.)

– **Le pubbliche relazioni**

L'azienda verso gli interlocutori esterni: pianificare il dialogo

– **Pr digitali**

Tra social media, blog e forum per un'interazione 2.0: le prospettive più innovative delle pubbliche relazioni



## MODULO DI FEEDBACK

Inviare il presente modulo via email a [info@brainemotion.it](mailto:info@brainemotion.it) o fax al 045 / 4850930.

Nome \_\_\_\_\_ Cognome \_\_\_\_\_  
Azienda \_\_\_\_\_ Ruolo \_\_\_\_\_  
Contatto telefonico (tel. o cell.) \_\_\_\_\_  
Email \_\_\_\_\_

Sono interessato a ricevere ulteriori informazioni sui seguenti corsi (barrare tutte le caselle di interesse):

- Corso APC: ascoltare per comunicare
- Corso BP: autoimprenditorialità
- Corso C&R: La comunicazione e la relazione
- Corso C&R+P: La comunicazione e la relazione + Pet Experience
- Corso CA: La comunicazione aziendale
- Corso CPSP: Comunicare lo studio professionale
- Corso CQA: La comunicazione da vissuto quotidiano a strumento di lavoro
- Corso M&F: Motivare e motivarsi
- Corso MTKG: Pillole di marketing
- Corso PIP: Parlare in pubblico
- Corso SMM: Social Media Marketing
- Corso SO: Gli strumenti operativi della comunicazione aziendale
- Corso USPR: Ufficio stampa

Corsi per Istituti Scolastici

- Corso C&R\_S: La comunicazione e la relazione
- Corso CA\_S: La comunicazione aziendale e la professione
- Corso CQA\_S: La comunicazione da vissuto quotidiano a strumento di lavoro
- Corso MTKG\_S: Pillole di marketing
- Corso BP\_S: auto imprenditorialità

Sarei interessato a frequentare un corso non presente nel vostro elenco ma che affronti le seguenti tematiche:

---

---

---

---

N.B. Il presente modulo NON vale come iscrizione al corso né impegna ad alcuna partecipazione ma autorizza solo all'invio di comunicazioni ulteriori in riferimento ai corsi segnalati come di interesse.