

SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA

S E M I N A R I & P E R C O R S I M I R A T I D I F O R M A Z I O N E I N T E N S I V A

Per

**Medici, Operatori Sanitari, Informatori Medico Scientifici,
Manager Farmaceutici e Ospedalieri,
Studenti e Futuri Professionisti**

Docente Personal Trainer

Dott. Donato Maria De Amici

Giacomina Lapenna s.r.l.

Membro di EUPRERA. European PR Education & Research Association.

Sede sociale: Via Battistotti Sassi, 14 20133 Milano Italia Unità locale & Campus formativo: Via Feltrinelli, 17 25084 Gargnano (Brescia) Italia

Telefoni +39027388382 +393386253084 Multiparty Meeting CNR www.mm.cedrc.cnr.it/GIACOMINALAPENNA

E-Mail lapenna@giacominalapenna.com PEC info@pec.giacominalapenna.com

Siti Web Internet www.giacominalapenna.com www.edizionigiacominalapenna.it www.scuolamedicoscientifica.it www.saleesali.com

Numero R.I., Codice Fiscale e Partita IVA 03716540962 Codice Banca IBAN IT95N0307502200CC8501068490

Capitale Sociale interamente versato Euro 10.000,00



Giacomina Lapenna

*Strategia della Comunicazione e Immagine
Management Psicologico e Organizzazione*

WEB

www.giacominalapenna.com

E-MAIL

lapenna@giacominalapenna.com

WIKIPEDIA

[Giacomina Lapenna](#)

La società GIACOMINA LAPENNA srl porta il nome della sua fondatrice Giacomina Lapenna (1924-2013), triestina di origine, una donna che ha lasciato un profondo segno nella storia del Mondo del Lavoro italiano.

Imprenditrice, giornalista, docente e formatrice italiana, prima PR (Public Relations) italiana, fondando nel 1951, presso l'Università degli Studi di Trieste, il primo ufficio, in assoluto, di Relazioni Pubbliche in Italia.

Nel 1954 fonda a Gargnano (BS), sul Lago di Garda, i Corsi di Lingua e Cultura italiana per stranieri, diretta emanazione dell'Università degli Studi di Milano.

Unica donna, con pochi altri professionisti, ad introdurre in Italia le moderne tecniche di Comunicazione e di PR negli anni '50, è poi la prima professionista PR ad aprire, a Milano nel 1962, uno Studio di Relazioni Pubbliche.

Giornalista ideatrice della prima pagina, nella storia del giornalismo italiano, per "La donna che lavora", dal numero 1 di "Amica", 1962, settimanale del Corriere della Sera.

Prima professionista PR italiana a far parte della CERP Confederation Européenne des Relations Publiques di Bruxelles, attualmente nota come EUPRERA, European PR Education e Research Association, organismo internazionale che raccoglie i più noti professionisti europei della Comunicazione.

Diploma d'Onore della Fondazione Italiana di Cardiologia, 1969.

Gran trofeo di S. Ambrogio, primo Premio "Cinque vie", dal Sindaco di Milano, 1969.

Membro fondatore (1970) della FERPI (Federazione Relazioni Pubbliche Italiana), di cui è stata vicepresidente dal 1970 al 1973.

Giornalista ideatrice e redattrice dal 1970 al 1991, della prima e più seguita pagina, nella storia del giornalismo italiano, "Cosa farò domani", per l'orientamento, di giovani e persone senza lavoro, agli studi, alle professioni e al Mondo del Lavoro, con centinaia di migliaia di lettere all'anno con risposta individuale, sul settimanale "Famiglia Cristiana", un milione e mezzo di copie, diretto da Don Zilli.

Partecipa, dal 1971, come consigliere e consulente amico di Don Luigi Maria Verzé, alla fondazione dell'Ospedale San Raffaele di Milano e alla formazione della Fondazione Centro San Raffaele del Monte Tabor.

Nel 1975, inizia, con Donato Maria De Amici, a ideare e costruire un nuovo programma di Formazione di Management Psicologico, "PROGETTO PERSONA": un percorso formativo intensivo ed avanzato, di seminari e counselling individuali, per Managers, Imprenditori, Politici, Liberi Professionisti e future Classi Dirigenti.

Premio della Presidenza del Consiglio dei Ministri della Repubblica Italiana, 1978.

Autore del primo libro sul Parlare in Pubblico in Italia, scritto al contrario, "Come parlare in pubblico con travolgente insuccesso", 1994, e del libro "Come te non c'è nessuno. Comunicazione d'amore o quasi", con la prefazione di Vittorio Feltri, 1998.

Medaglia d'oro per 50 anni di giornalismo, dell'Ordine dei Giornalisti e del Consiglio Regionale della Lombardia, 2011.

Seminari:

**VENDITA MARKETING & COMUNICAZIONE
PARLARE IN PUBBLICO
IL VALORE DELLA PERSONALITA' NEL
RUOLO PROFESSIONALE
MANAGEMENT & STRESS
GAP GESTIONE AUTONOMA PATRIMONIALE
NEL RUOLO DI COMANDO
LA CREATIVITA'
L'ARTE DI FARSI ASCOLTARE**

Dott. Donato Maria De Amici

deamici@giacominalapenna.com

+393386253084

CEO e titolare della società Giacomina Lapenna s.r.l. di Milano, è un ex zaccarino doc, ha scritto per decenni sul periodico VITA, Maturità scientifica 1975 (54/60).

Laurea in Scienze Politiche all'Università Cattolica con una tesi pilota sugli "Orientamenti funzionalisti nella psicologia della percezione", con il politologo Gianfranco Miglio (110/110).

Dopo il militare, per oltre dieci anni ha lavorato in grandi imprese, Cicrespi spa e Prodotti Roche spa, con una carriera da venditore fino a ruoli di vertice.

Dagli anni '90 ha scelto la via dell'autonomia nel lavoro, con il ruolo attuale, svolgendo l'attività di consulente e formatore in diversi settori di specializzazione.

Dagli anni '70 è stato ideatore ed estensore, con la fondatrice Giacomina Lapenna, del "PROGETTO PERSONA", programma formativo per la valorizzazione della personalità e delle capacità comunicazionali di donne e uomini di impresa, da cui sono tratti questi seminari.

Dal 2015 ha collaborato con l'Istituto Zaccaria di Milano come ideatore e project leader dei due nuovi e inediti progetti formativi: ACCADEMIA ZACCARIA Campus per gli Studenti e ACCADEMIA PRO Seminari intensivi per un Pubblico Professionale avanzato.

Dal 2020 è responsabile del progetto di formazione intensiva avanzata SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA, di cui è anche ideatore e fondatore.

Contemporaneamente, seguendo una forte passione personale, ha anche lavorato: come autore di poesie, dall'età di dieci anni, scrivendo diversi libri che hanno ricevuto il riconoscimento di premi letterari, come giornalista per diverse testate (vari quotidiani e il settimanale IL BORGHESSE), come dj/ideatore e conduttore di programmi (varie televisioni, Radio City, Radio Stramilano, Novaradio del gruppo Telenova, "L'uomo del banco dei dischi" 18.000 ascoltatori quotidiani), come autore di canzoni (iscritto alla SIAE dal 1979) e come barman (diploma della Regione Lombardia, conseguito nel 1972).

È tuttora uno dei più ricercati consulenti di Musica moderna per lo studio e la realizzazione di progetti radiofonici, televisivi, web e live, con i programmi CERAUNAVOLTA e L'UOMO DEL BANCO DEI DISCHI.

GIACOMINA LAPENNA srl

Società di consulenza formazione e sviluppo di idee, fondata nel 1951, la prima in Italia ed una delle più antiche al mondo, nel proprio settore di riferimento.

Il suo attuale portfolio di attività e servizi si orienta verso le diverse seguenti direzioni:

- PROGETTO PERSONA Seminari mirati e Training individuali di Formazione intensiva
- CAMPUS Incontri stagionali di formazione avanzata ed esclusiva e di evoluzione personale.
- COUNSELLING Incontri individuali di consulenza e formazione, personale ed esclusiva, per la soluzione di questioni e problemi particolari on demand.
- MANSIONARIO E ORGANIGRAMMA
- CURRICULA
- CONSULENZE INDIVIDUALI PER PARLARE IN PUBBLICO
- CONSULENZA PER L'IMMAGINE PERSONALE E PROFESSIONALE
- ITNI Implantologia Tricologica Non Invasiva. Calvizie e Immagine.
Le soluzioni e la soluzione.
- DOMUS LAB Your Personal Beauty
- STUDIO MARCHI
- GAP: GESTIONE AUTONOMA PATRIMONIALE
- CERAUNAVOLTA L'UOMO DEL BANCO DEI DISCHI Consulenze musicali
- CONSULENZA DI VENDITA, MARKETING, PIANIFICAZIONE STRATEGICA E ORGANIZZAZIONE DI IMPRESA
- EDIZIONI GIACOMINA LAPENNA
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA
- SALE & SALI. IL SALE DELLA VITA.

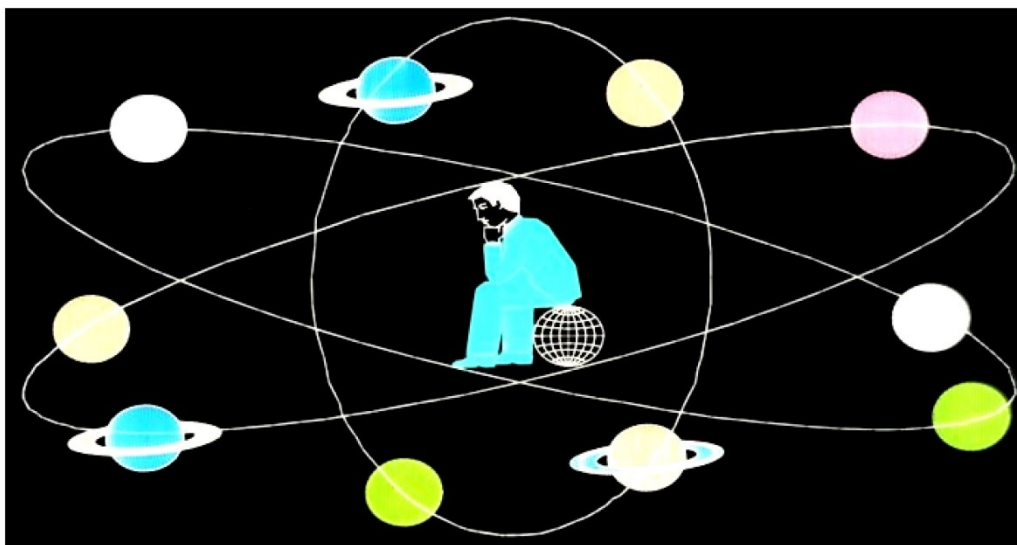
Laboratorio di Sali Magistrali, Mischele nude, Sali nudi e Selezioni Nectar Mundi.

VENDITA MARKETING & COMUNICAZIONE

Principi e Temi fondamentali.

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



Vendita.

Vera e propria professione, di alto profilo, dalle imprese e organizzazioni sempre ricercata.

Articolata in sicure qualità psicologiche, capacità di lavoro, sapere specifico, buona immagine personale.

Oggi parlando di "Venditore" si parla di un preparato professionista che sa vendere perché sa essere anche un vero consulente d'acquisto.

Non è più l'uomo solo che lavora sulla simpatia, l'improvvisazione, l'intuito, la buona sorte ma secondo una costruita, logica, consapevole programmazione delle proprie "azioni di vendita".

Accanto alle sue qualità personali si è costruito, nel tempo, una cultura e un sapere del tutto speciali.

È un manager a 360° e un imprenditore di sé stesso.

Il piano del seminario, oltre che trattare di metodologia, tecnica e psicologia della Vendita, prevede un'ampia e completa informazione sui principi e i temi fondamentali del Marketing e della Comunicazione.

Tutti, ma proprio tutti i principi e i temi dominanti di base, anche psicologici, nessuno escluso. Una Bibbia fondamentale.

Il corso permette di appropriarsi, in tempi da record, di un mix di background di conoscenza indispensabile ed esclusiva, oltre che utilissima nelle molteplici opportunità di applicazione quotidiana.

Un must fondamentale per la costruzione e/o per l'arricchimento della propria cultura manageriale/imprenditoriale.

Argomenti

- Principi base di marketing.
- Principi base di psicologia e comunicazione.
- Vendita creativa: principi, funzioni, metodi, motivi.
- Classi, categorie e canali di vendita.

Il ruolo del venditore: job description ed attitudini.

I tre principali metodi storici della vendita.

Principali cause di insuccesso nella vendita.

Questione di metodo.

Aspetti, risorse e potenzialità della personalità del venditore.

Strumenti ed organizzazione del lavoro di vendita.

La gestione delle obiezioni.

La valutazione periodica dei collaboratori.

Obiettivi

Introdurre i fondamentali principi base di marketing, psicologia e comunicazione.

Presentare le conoscenze teoriche e pratiche della vendita e la sua mission avanzata di intelligence service e di ricerca e sviluppo.

Realizzare e interpretare il ruolo di vendita come managers di una business unit territoriale multilivello.

Consentire l'apprendimento consapevole e la rielaborazione personale adattata dei principali strumenti di vendita.

Offrire schemi di "conoscenza-azione" semplici e facilmente applicabili, orientati al superamento degli ostacoli ed all'individuazione delle opportunità.

Fornire strumenti conoscitivi che permettano all'operatore di essere autentico gestore di sé stesso ed interlocutore stimolante verso l'alto e motivante con i collaboratori.

PARLARE IN PUBBLICO

L'arte di farsi ascoltare.

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



Il parlare è un segno distintivo, il "valore" che distingue, da sempre, il leader comunicatore capace di coinvolgere e convincere chi lo ascolta.

Una capacità che si può acquisire, per prendere la parola con successo nelle varie situazioni che la vita professionale e sociale richiede: riunioni, conventions, convegni, congressi, tavole rotonde, conferenze, interviste, convivi, radio, televisione, video, riunioni di lavoro, video conferenze ed altre ancora.

Saper parlare non vuol dire trasmettere, ma comunicare: vale a dire, saper stabilire un dialogo-collegamento-contatto fra poli sintonizzati. Se questo non accade, chi parla è protagonista solamente di un monologo: un soliloquio che produce quasi sempre distacco, indifferenza, noia e inerzia.

Ma come acquisire l'espressività per stabilire, ogni volta, un rapporto vivo e valido con l'uditorio?

Come arrivare a un livello di comunicazione più sciolta, disinibita e soddisfacente?

Quali i segreti dell' "arte di parlare" e quelli dell' "arte di farsi ascoltare"?

Il seminario permette di acquisire informazioni e sperimentare modalità per parlare con successo in ogni occasione: con la verifica e la definizione dello stile personale.

Non è affatto vero che oratori si nasce. Oratori, e bravi, si diventa.

Saper parlare in pubblico è una materia di studio. Questo seminario mette a disposizione tutte le conoscenze collaudate più aggiornate ed avanzate, per consentire non solo di farlo, ma di interpretarlo con uno stile unico, del tutto personale e inimitabile: il nostro.

Argomenti

-  Ruolo di relatore: ruolo di influenzamento.
-  I principi che regolano e favoriscono l'abilità del parlare.
-  Come attivare l'attenzione, suscitare interesse, favorire la comprensione, mantenere alto l'indice di ascolto.
-  La padronanza di sé. Comunicazione verbale e comunicazione non verbale.
-  Aspetto esteriore (look) ed atteggiamenti (presenza scenica).
-  Le variabili delle situazioni: contesto, pubblico, obiettivi.
-  Come si prepara un discorso. La costruzione logica e la costruzione psicologica.
-  Il messaggio studiato in funzione degli obiettivi di comunicazione: informazione, convincimento, induzione all'azione.
-  Gli errori da evitare.

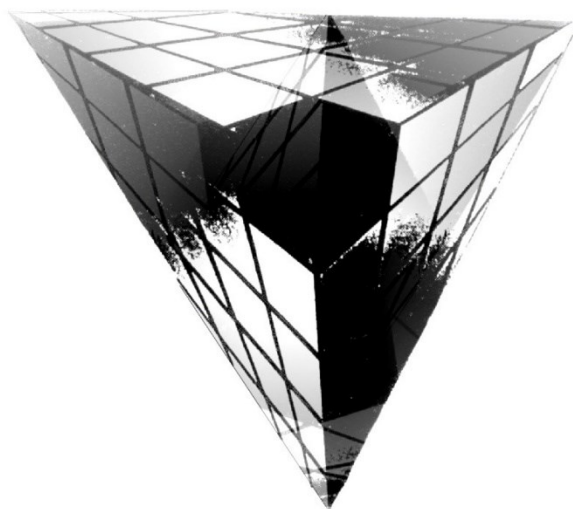
Obiettivi

-  Acquisizione di un metodo psicologico e pratico per arricchire e valorizzare le personali capacità di parlare in pubblico.
-  Acquisizione di informazioni utili per la stesura ottimale dei contenuti nella preparazione di ogni tipo di intervento.

IL VALORE DELLA PERSONALITA' NEL RUOLO PROFESSIONALE

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



All'inizio del nuovo Millennio, il fattore competitivo per ogni impresa è dato primariamente dalla qualità delle Persone che vi lavorano e, in particolare, di quelle destinate e impegnate in speciali ruoli e funzioni.

Persone che devono saper pensare ed agire in situazioni sempre più mutevoli e complesse: con obiettivi di alto profilo.

Il mondo è cambiato. La società è cambiata. La gente stessa è cambiata. L'economia cambia.

Ora, "nulla è permanente tranne il cambiamento".

In questa innovazione continua, è la Persona a rappresentare in divenire la prima ricchezza, l'autentico capitale dell'organizzazione impresa, l'ago della bilancia delle sue fortune e sviluppo o del suo ristagno e della sua involuzione.

Per questo, accanto e parallelamente alle sue capacità professionali, si rafforzano le sue capacità intellettuali e psicologiche.

E' infatti la qualità della Persona a determinare il valore e il futuro di ogni impresa.

Nei ruoli di responsabilità, quindi, in ogni azienda di ogni dimensione e tipo, un plus aggiunto, sempre più emergente, è quello della "personalità" di chi tali ruoli ricopre.

Infatti, una personalità positiva, armonica ed equilibrata, facilita le relazioni interpersonali, la soluzione dei problemi e il conseguimento degli obiettivi.

Inoltre, una impresa funziona meglio, è più forte ed ha più immagine, se i rapporti relazionali al suo interno sono di segno positivo, se vi è un clima improntato alla collaborazione e all'ottimismo, se chi deve comandare ha autorevolezza e consensi.

Per raggiungere tutto questo, nella odierna complessità della vita aziendale, esperienza, buona volontà e buon senso non bastano più. Occorrono anche specifiche informazioni di ordine psicologico: quelle che questo seminario intende fornire, attraverso l'autoconoscenza, per comprendere sé stessi e per comprendere gli altri, e la genesi spontanea di Visioni nuove.

Un corso fondamentale e determinante, oltre che di valore strategico

Argomenti

- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Conoscersi: per comprendere sé stessi e per comprendere gli altri.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Visione della propria "identità".
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Personalità: sinonimo di complessità.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Capire la personalità: come è strutturata, come agisce e si manifesta attraverso i comportamenti.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA La comunicazione verbale e la comunicazione non verbale.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA La personalità "bene integrata".
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Una chiave di lettura per l'osservazione e la comprensione dei propri comportamenti e di quelli altrui: nelle varie situazioni di incontro, scambio e rapporto.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Le relazioni interpersonali positive, costruttive e motivanti.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Le relazioni negative e distruttive.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Come evitare dissensi, rifiuti, discordanze, conflitti, negazioni.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Il rapporto con sé stessi, rapporto privilegiato.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA L'importanza dei propri bisogni, desideri, sensazioni e sentimenti.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Gli aspetti della personalità e i comportamenti che concorrono alla autorevolezza e alla credibilità del leader.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Il valore della personalità nel proprio ruolo professionale e nei diversi ruoli della vita.

Obiettivi

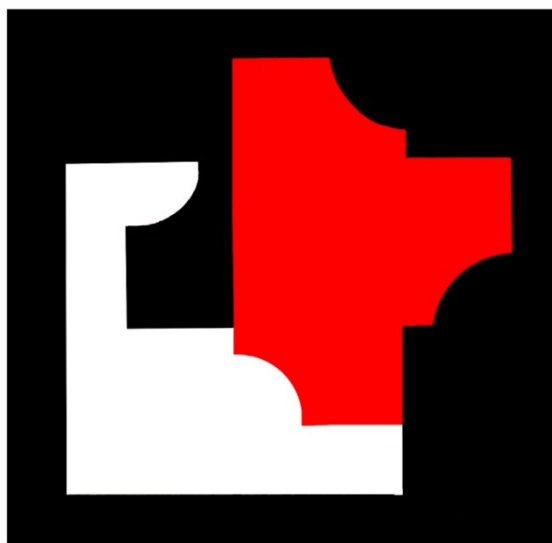
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA "Rileggere" la propria personalità e verificare le personali capacità comunicazionali.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Affinare le capacità di relazione acquisite dall'esperienza.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Acquisire nuove capacità psicologiche a sostegno del proprio ruolo.
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Rafforzare il proprio ruolo attraverso una nuova consapevolezza dei comportamenti/atteggiamenti personali.

MANAGEMENT E STRESS

Le emozioni stressanti come fattore di rischio o sale della vita

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



Come trasformare le emozioni stressanti da fattore di rischio a "sale della vita".

Si identifica nel termine STRESS una delle cause più comuni e rilevanti che danneggiano la salute dell'uomo nella civiltà industriale, e lo si può definire come "una risposta specifica dell'organismo ad ogni richiesta effettuata su di esso".

Ciò significa che l'organismo umano risponde, in modo specifico, agli stimoli esterni e tutti questi stimoli hanno una qualità comune: quella di favorire una richiesta di "riadattamento" dell'organismo affinché vengano "ristabilite" le condizioni ottimali del suo funzionamento.

Nella vita manageriale, le situazioni "stressanti" sono frequenti, di varia durata e intensità, spesso improvvise.

Situazioni che possono produrre momenti di vero malessere psico-fisico, demotivazione, scarso rendimento.

Come difendersene? Come gestirle?

"Fà di sapere, e sarai libero", dice un antico proverbio medioevale.

Capire come liberarsi dallo stress, evitarlo o saperlo positivamente gestire, è il fine di questo seminario, che fornisce una serie di informazioni utili al manager di oggi per il suo "star bene": condizione indispensabile per l'efficacia e l'efficienza del suo ruolo.

Concepito, studiato e realizzato con la collaborazione di un guru della materia, lo scienziato Giovanni Raimondo, è stato il primo seminario di formazione al mondo sul tema, all'inizio degli anni '80, e tuttora rimane solitario nella sua specificità.

Argomenti

-  Stress, fenomeno inevitabile del vivere.
-  Che cos'è lo stress. La scala delle tensioni.
-  I fattori di rischio a livello emozionale.
-  Stress: problema di adattamento.
-  Saper trasformare lo stress in eustress (lo stress buono).
-  Come raggiungere un proprio "livello ottimale" di stress, la misura dello stress necessaria al proprio benessere.
-  Le principali categorie di stress nell'ambito del lavoro. Lo stress del manager.
-  I sintomi psicosomatici da stress.
-  Gli "stress buffers" (i tamponatori di stress).
-  La "holiday blues" (la vacanza triste).
-  La via di uscita dallo stress. Razionalizzazione e strategie per fronteggiare le situazioni di stress e volgerle a proprio favore. Sistemi vicarianti.

Obiettivi

-  La gestione informata, consapevole e adeguata dello stress: da punto di debolezza a spunto di forza.

GAP

LA GESTIONE AUTONOMA DEL PATRIMONIO MOBILIARE I TITOLI DI STATO A REDDITO FISSO

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



Provvvisoriamente, ripetitivamente, in modo permanente od occasionale, per motivi professionali o anche personali, a chiunque è capitato o può succedere di dover decidere le sorti di un patrimonio mobiliare delle dimensioni più diverse.

A quel punto cosa fare? Come muoversi e che strade intraprendere?

E, ancora prima di pensare e di agire, la domanda delle domande, da porsi innanzitutto: che cosa rappresenta un patrimonio mobiliare?

È davvero solo un ammontare di denaro, più o meno consistente?

Oppure cosa altro? Che cosa è veramente?

Un patrimonio mobiliare non è affatto solo e unicamente una somma di denaro. Un patrimonio mobiliare testimonia "uno sforzo riuscito".

Un patrimonio mobiliare identifica il "lavoro" che lo ha prodotto e la fatica per averlo salvato, accantonato e risparmiato.

Un patrimonio è "lavoro": il "lavoro della ricchezza".

E, come tutti i lavori, merita e pretende molto di più di essere solo conservato: "il lavoro deve poter continuare a lavorare".

Per questo un patrimonio mobiliare deve essere investito e non lasciato, liquido e fermo, in un deposito di sicurezza.

Per farlo, le opportunità non mancano di certo, interlocutori, modalità e forme sono numerosissime, dalle gestioni patrimoniali ai fondi di investimento, dalle banche alle finanziarie, dagli obbligazionari agli azionari, per tutti i gusti e le tasche: un'offerta, ormai, che più ricca, vasta e varia è quasi difficile poterla immaginare.

Ma c'è un ma, e anche un però: sebbene possano essere tutte opportunità valide, tutte sono sempre e comunque "soluzioni delegate".

E proprio qui si inserisce il fondamentale "perché" di questo seminario.

Infatti, per ragioni e necessità diverse, per Privati, Imprese, istituzioni e altre Organizzazioni, può presentarsi come scelta preferenziale, utile se non indispensabile, la decisione di gestire autonomamente l'ottimizzazione delle rendite del proprio patrimonio mobiliare (tutto o parte), senza dover delegare l'impegno o affidare il capitale stesso a Terzi. In questa direzione, i Titoli di Stati Sovrani, a reddito fisso, forma di investimento secolare e principe di rendimenti, possono essere una chance determinante, per cui basta solo un semplice deposito bancario. Questo seminario spiega come pensare e come fare.

Argomenti

Titoli di Stato a reddito fisso e le altre forme di investimento.

Descrizione e dinamica.

Rendimenti: cedole annuali, plusvalenze e valute straniere.

Scenario operativo: conto corrente, deposito titoli, conto valuta e capital gain.

Briefing finanziario: obiettivi, tempi ed esigenze dell'investitore.

Trends storici delle principali divise internazionali.

Portafoglio titoli.

Analisi di convenienza e selezione delle opportunità di investimento.

Scenario macro socio-economico e ranking dei Paesi considerati

Studio e predisposizione del quadro riassuntivo e del preventivo economico del progetto di investimento.

Pianificazione dell'azione di investimento, verifica preventiva dei costi e delle condizioni bancarie e realizzazione.

Controllo periodico delle prestazioni e dei nuovi titoli emergenti.

Cambio del portafoglio e compravendita dei titoli.

Gestione plusvalenze e minusvalenze.

Titoli al portatore, trasferimenti di proprietà ed eredità.

Scenari di default finanziario di Paesi emergenti: come fare.

Obiettivi

Possedere un "know-how" corretto, completo ed esaustivo dei Titoli di Stato a reddito fisso e della loro assoluta unicità, come opportunità di investimento.

Sapere e potere agire, anche autonomamente: sia a livello personale che professionale.

Impossessarsi delle potenzialità indispensabili per un'eventuale attività di consulenza nel settore specifico.

NEL RUOLO DI COMANDO

La leadership situazionale.

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



I processi di cambiamento che caratterizzano la società contemporanea in generale, e le organizzazioni in particolare, stravolgono le tradizionali forme di governo organizzativo richiedendo modelli, stili e caratteristiche operative molto diversi dal passato, più articolati e complessi.

Coordinare uomini e progetti, rappresentare valori, idee ed interessi, comporta anche una capacità di analizzare e interpretare le situazioni organizzative e diagnosticare i comportamenti conseguenti: comprendere e gestire le complesse relazioni tra persone, ruoli e compiti.

In questo ambito, oltre le capacità comunicazionali necessarie, vi è un'altra abilità che va continuamente sviluppata: la capacità di lavorare in team poiché esso si dimostra la forma organizzativa dominante del futuro.

Ma perché un insieme di persone diventi realmente un team (cosa ben diversa dalla sommatoria di più individui) è necessario costruire un clima fatto di coesione, di condivisione, di scambio, di norme e valori comuni che raramente, invece, è presente in un semplice aggregato di individui.

Team come processo di aggregazione di un particolare insieme di persone che mira ad utilizzare al massimo le capacità personali e professionali e le competenze di ognuno: in funzione del conseguimento degli obiettivi che il gruppo stesso si pone.

Da un punto di vista psicologico, il team è basato sul processo di alterità: uscire dalla dipendenza per cercare la libertà che dà l'indipendenza che, a sua volta, è la base dell'interdipendenza.

Oggi si può affermare che la competizione imprenditoriale assomiglia per molti aspetti al campionato di Formula 1. Le tecnologie sono relativamente disponibili e accessibili a tutti ma ciò che, invece, porta a vincere la gara è sempre di più la capacità degli uomini.

Non soltanto, e non principalmente, quella del pilota ma di tutto il team che fornisce assistenza tecnica e organizzativa alla vettura in pista.

La competitività di un'impresa, oggi, appare direttamente proporzionale, proprio come un team di Formula 1, all'impegno, al senso di responsabilità e alla dedizione all'organizzazione, che la stessa avrà saputo ottenere dai propri collaboratori. In altre parole, dalla loro voglia di "vincere".

Ma come ottenere adeguati e alti livelli di prestazione dagli uomini? Come promuoverne la crescita continua? Come ottenerne il consenso e la loro identificazione con gli obiettivi dell'azienda? Come far sì che il lavoro sia da loro vissuto non come un dovere-condanna ma come autorealizzazione?

In un'impresa fondata sui valori umani, oggi, il leader deve rappresentare lui stesso un valore. E deve avere scienza e conoscenza.

Questo seminario è mirato a fornire informazioni, indicazioni e spunti affinché ogni partecipante possa verificare il personale "stile di comando": con riflessioni e visioni nuove che possano portarlo ad esercitare la propria leadership con maggiore proprietà e più sicura efficacia nel mondo che cambia. Imparare a comandare, ma soprattutto saperlo fare secondo una nuova conoscenza: la leadership situazionale.

"Essere vissuto come capo" è un carisma personale che, nell'attuale realtà aziendale, proviene primariamente dal grado di consenso dei collaboratori e si traduce in qualità di prestazione.

Per questo, le sole esperienze e l'intuito non bastano più per esercitare con successo il comando.

Non è più sufficiente, infatti, limitarsi ad affermare che le persone sono risorse centrali e strategiche per lo sviluppo dell'impresa. Vi è il bisogno di predisporre strumenti nuovi per gestire, formare e sviluppare le "risorse nascoste", umane e professionali, con criteri diversi dal passato.

Il seminario informa su nuovi possibili "stili di comando": mirati alla valorizzazione dei collaboratori e alla affermazione costante della propria leadership.

Una formazione particolarmente esclusiva e sofisticata che, necessariamente, deve partire dai ruoli più alti, e non viceversa.

Argomenti

- Le nuove tendenze del Management.
- Essere leader. Diventare leader.
- Ridefinizione del profilo di leader.
- Il capo come moltiplicatore delle energie positive dei collaboratori. Da supervisore garante delle condizioni ottimali per il lavoro dei propri collaboratori a primo responsabile della loro crescita professionale e personale.
- Individuazione e conoscenza dei più attuali Principi di Direzione. Le qualità d'azione e le qualità psicologiche del capo nella gestione e direzione dei collaboratori.
- Potere di posizione e Potere personale.
- Gli strumenti concreti e quelli invisibili della motivazione dei collaboratori.
- Che cosa è la motivazione. La scala delle motivazioni di Maslow.
- La motivazione al successo di David Mc Clelland.
- Il nuovo metodo di comando: la Leadership Situazionale, che facilita e favorisce il percorso di crescita dei collaboratori, la qualità delle prestazioni, il clima dei rapporti e il raggiungimento degli obiettivi.
- Il "capo diagnostico".
- Secondo millennio: impresa senza confini.

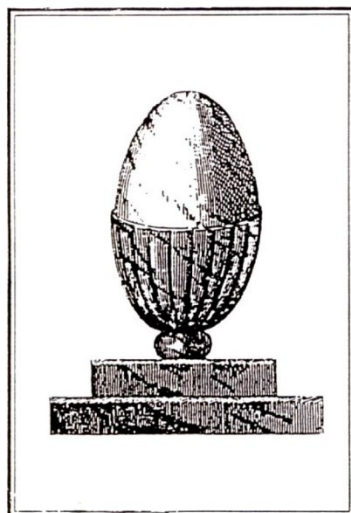
Obiettivi

- Verificare le personali attitudini e capacità nel ruolo di comando.
- Acquisire nuove capacità di valutazione e motivazione degli uomini.
- Individuare lo stile di comando più adatto alle situazioni e alla personalità dei collaboratori.

LA CREATIVITA'

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



Chi l'ha detto che la creatività sia solo un dono innato di natura? E se fosse, invece, una qualità mentale che si può apprendere? Oggi, nell'impresa di qualunque tipo e dimensione, presidiare con successo le posizioni e rafforzare le efficacie non basta più. E' necessario capire e vivere il cambiamento come: "una innovazione continua".

Imprenditori, managers, quindi, impegnati in uno sforzo costantemente creativo: alla ricerca di nuove soluzioni, nuove opportunità, nuove vie.

L'impresa attuale, si dice, "dipende dal futuro".

La creatività degli uomini che la governano e gestiscono è, pertanto, uno dei valori fondamentali del suo potenziale progresso, quindi: flessibilità in luogo di rigidità e ripetitività.

Le pressioni esercitate dai mercati, dalla concorrenza, dai cambiamenti sociali e dagli imprevisti, impongono a ogni impresa di organizzarsi in modo da massimizzare la propria creatività in più direzioni: nel management, nella soluzione di problemi di ricerca, nella progettazione e nella produzione, nel marketing, nella pianificazione strategica, come nel clima aziendale o situazione di lavoro valorizzato.

La capacità di operare in modo nuovo, innovativo, originale e differenziato è diventata una delle funzioni essenziali del management.

Il nuovo leader è oggi più che mai un "costruttore creativo" di nuove realtà: capace di immaginarle prima di realizzarle. Una nuova filosofia ispira il suo lavoro, perché un maggiore apporto di creatività può elevare "il valore aggiunto" delle sue strategie e azioni.

Studiosi e ricercatori del processo creativo hanno prodotto una serie di metodologie e tecniche, per incrementare l'uso delle risorse mentali, in un'ottica innovativa: si tratta di metodologie e tecniche che si possono imparare e applicare.

L'ambito della cosiddetta Creatività Applicata si è sviluppato, in questi anni, sempre più largamente, traducendo modelli teorici in comportamenti e procedure che facilitano e stimolano sia il lavoro individuale che quello di squadra.

Questo seminario, di sensibilizzazione e stimolazione della creatività, è rivolto a chi vuole conoscere alcuni aspetti della creatività e delle proprie potenziali capacità creative

Argomenti

-  Che cos'è la creatività.
-  Differenza fra creatività e fantasia.
-  La creatività, parte integrante del processo evolutivo umano.
-  La personalità creativa.
-  Da che cosa nasce l'atto creativo
 - I tre aspetti della creatività
-  I fattori sfavorevoli alla creatività
-  Gruppo creativo. Gruppo artificiale
-  Come si uccidono le idee
-  Le cinque caratteristiche che identificano i prerequisiti indispensabili di ogni prestazione creativa.

Obiettivi

-  La raggiunta consapevolezza che la creatività è una qualità mentale che si può imparare, modificare e implementare.
-  Attivazione delle proprie energie innovative
-  Esplorazione e scoperta dei personali poteri creativi
-  Sviluppo di nuove forme e modalità di pensiero
-  Conoscenza di alcune modalità e procedure per saper affrontare creativamente problemi di lavoro e situazioni della vita personale

L'ARTE DI FARSI ASCOLTARE

Seminario-laboratorio **Avanzato** di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Donato Maria De Amici



I partecipanti a questo speciale seminario hanno già acquisito esperienze e buone capacità nel "prendere la parola".

Hanno, quindi, sperimentato quanto sia la Parola a sostenere, primariamente, la credibile immagine di un leader, a dare incisività alla trasmissione del suo pensiero, a portare a un apprezzabile grado di consenso chi lo ascolta.

Saper parlare oggi è "arte" insostituibile e irrinunciabile per chi deve vivere momenti da protagonista in: riunioni, assemblee, convivi, conferenze, incontri, presentazioni, convegni, congressi, interviste, conferenze stampa, manifestazioni pubbliche, comizi, trasmissioni multimediali e altre circostanze.

Un'arte che si può imparare.

Questo seminario è uno strumento formativo finalizzato, nel concreto, a far acquisire quindi, ad ogni singolo partecipante, ulteriori capacità e sicurezze nel proprio personale stile di oratore, oltre che una importante occasione di "allenamento" guidato e monitorato in piccolo gruppo esclusivo.

E' il corso avanzato del Parlare in pubblico, fondamentale per il perfezionamento e l'approfondimento, con l'appropriazione definitiva di tutte le conoscenze specifiche per l'utilizzo migliore di tutti i principali mezzi di comunicazione: tv, radio, giornali, internet, video, streaming ed altri ancora più specifici e mirati.

Argomenti

- ESERCITAZIONI intensive con video ripresa e successiva autovalutazione personale e di gruppo.
- Prove, video, radio, tv, streaming, video conferenze.
- Allenamento a saper coinvolgere e convincere.
- Costruzione approfondita della "scaletta" guida preparatoria, mirata ai diversi obiettivi e pubblici.
- Acquisizione della capacità di sollecitare le domande finali quando l'uditorio resta silenzioso e inerte.
- Aspetto esteriore (look & hair), forma fisica (shape), postura, posizioni e movimenti nello spazio, postura, comportamento ed atteggiamenti (presenza scenica).
- Previsione delle variabili delle situazioni: contesto, pubblico, obiettivi.
- L'importanza preventiva della scelta delle inquadrature e della regia delle loro successioni e dell'accordo anticipato con eventuale regia esterna.
- Come rispondere in modo adeguato e positivo alle domande e alle obiezioni del pubblico usando accorgimenti psicologici idonei.
- Gli errori da evitare.

Obiettivi

- Perfezionamento mirato e definitivo del proprio stile di parlare in pubblico.
- Abilità esperta di fronte a qualsiasi mezzo di comunicazione e di circostanza.
- Padronanza collaudata nella gestione dei pubblici diversi di riferimento.