

## 33 SEMINARI DI FORMAZIONE MANAGERIALE

per

Medici, Operatori Sanitari, Informatori Medico Scientifici, Manager Farmaceutici & Ospedalieri, Studenti e futuri Professionisti

### INFORMATICA, PROGRAMMAZIONE & STRATEGIE WEB

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**WEB MARKETING** Davide Cosimo Catanese

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**WEB DESIGN** Davide Cosimo Catanese

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**WEB DINAMICO & PROGRAMMAZIONE PHP** (Web Design AVANZATO) Davide Cosimo Catanese

### ASPETTI LEGALI & SOLUZIONE DEI CONFLITTI

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LA MEDIAZIONE** Dott. Edellio D'Angelo

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

### GESTIONE PATRIMONI IMMOBILIARI & MOBILIARI

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**PROPRIETA' IMMOBILIARI & AMMINISTRAZIONE STRATEGICA** Dott. Edellio D'Angelo

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LA LOCAZIONE ABITATIVA & COMMERCIALE** Avv. Glauco Maiocchi

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**GAP GESTIONE AUTONOMA DEL PATRIMONIO MOBILIARE** Dott. Donato Maria De Amici

### MANAGEMENT, RISORSE UMANE & ORGANIZZAZIONE DI IMPRESA

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**IL VALORE DELLA PERSONALITA' NEL RUOLO PROFESSIONALE** Dott. Donato Maria De Amici

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LA CREATIVITA'** Dott. Donato Maria De Amici

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**PARLARE IN PUBBLICO** Dott. Donato Maria De Amici

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**L'ARTE DI FARSI ASCOLTARE** (Parlare in Pubblico AVANZATO) Dott. Donato Maria De Amici

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**PARLARE IN PUBBLICO CON EFFICACIA...DA SUBITO!** Dott. Stefano Durante

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**NEL RUOLO DI COMANDO** Dott. Donato Maria De Amici

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LEADERSHIP & PEOPLE MANAGEMENT** Dott. Antonio Messina

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LA PERSUASIONE CONSENSUALE** Dott. Stefano Durante

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LE RIUNIONI EFFICACI** Dott. Stefano Durante

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**COMUNICAZIONE & CHANGE MANAGEMENT** Dott. Antonio Messina

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**RESPONSABILITA' & COLLABORAZIONE** Dott. Antonio Messina

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LA SQUADRA: IL SEGRETO DEI TEAM EFFICACI** Dott. Antonio Messina

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**L'ARTE DI SAPER DARE FEEDBACK** Dott. Antonio Messina

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

### MARKETING, COMUNICAZIONE, VENDITA & STRATEGIE DI MERCATO

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**VENDITA MARKETING & COMUNICAZIONE** Dott. Donato Maria De Amici

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**BRANDING. LE BASI DEL VALORE** Dott. Renato Dellamano

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**PRICING BENI DI CONSUMO** Dott. Renato Dellamano

### FUTURO D'IMPRESA: MISSION, MODELLI ALTERNATIVI & NUOVE TECNOLOGIE

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**IMPRESA & MANAGEMENT SOCIALE** Dott. Roberto Durante

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**LA SELEZIONE STRATEGICA DELLE NUOVE TECNOLOGIE** Dott. Renato Dellamano

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**NUOVE TECNOLOGIE & BUSINESS PLAN** Dott. Renato Dellamano

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**PASSAGGI GENERAZIONALI**

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**COMPORTAMENTI & STRATEGIE NEI RAPPORTI CON I FIGLI** Giovanna Pagani

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**IL TESTAMENTO: QUELLO GIUSTO, IL TUO** Avv. Glauco Maiocchi

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

### COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA AUTONOMA & INDIPENDENTE

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA: ARMA LETALE DELLA NOSTRA EPOCA** Riccardo Rosignoli

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

### OSPITALITA', CATERING & EVENTI RISTORATIVI

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**OSPITALITA' & CONTROLLO DELLA RISTORAZIONE ALIMENTARE** Marco Refrigeri

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**TEMI & PRINCIPI DI CUCINA CREATIVA: IL TUTTO CON IL NIENTE** Chef Viviana Spagnuolo

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**COME SE UN OCEANO: I SALI E GLI AROMI DELLA TERRA** Bruna Cristina De Gese

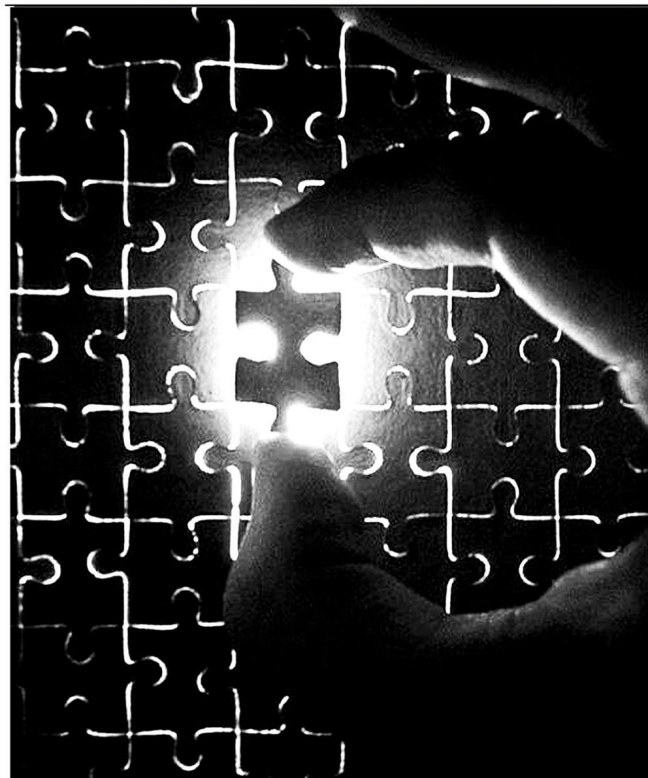
SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

### MUSICA & SHOW

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA

**AI CONFINI DEL ROCK** Bernardo Lanzetti

SCUOLA  
MEDICO  
SCIENTIFICA



## WEB MARKETING

Principi e Temi fondamentali.  
Come progettare e implementare un sito web.  
Come posizionarsi sui motori di ricerca.

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

**Personal Trainer: Davide Cosimo Catanese**



Esserci, come esserci e come farsi trovare.  
Internet non è il futuro. È il presente.

Una grande opportunità, per le imprese e per qualsiasi altra iniziativa, di comunicare con i propri pubblici attuali e futuri, con la propria clientela attiva e quella potenziale.

È molto importante esserci, ma ancora più importante è: "come esserci" e "come farsi trovare".

Da quando lo strumento comunicazionale Internet ha mosso i primi passi, nella sua rapida divulgazione e affermazione mondiale, molto è cambiato, anzi nulla è più uguale.

Infatti all'inizio degli anni '90, in assenza di dati affidabili e riscontrabili sulla potenzialità del nuovo strumento di comunicazione, per un'impresa era sufficiente "esserci", e per far ciò bastava anche l'improvvisata collaborazione di un collaudato tecnico, capace di qualche intuizione creativa a effetto e di una sufficiente sensibilità "artistica", per la costruzione di un sito. Il risultato era ottenuto rapidamente.

Questo tipo di modalità nell'approccio professionale a Internet, oggi, non può più essere né appropriata né tanto meno attuale. Nel nuovo secolo, dopo lustri di esperienza, il concepimento di un sito Internet, la sua realizzazione e il suo permanente sviluppo non possono più essere patrimonio di improvvisate iniziative, accompagnate da azioni ispirate alla buona volontà e al semplice buon senso.

Sono passaggi e azioni che prevedono conoscenza e preparazione, organizzate e collaudate.

Una vera e propria nuova professione: il Web Marketing.

Considerare l'importanza e la emergente attualità di questo nuovo fenomeno comunicazionale, significa assicurarsi di fare in modo che "oggi non sia troppo presto e domani, inevitabilmente, troppo tardi".

Questo seminario è stato concepito per essere di ausilio a chi ha già iniziato una attività di Web Marketing, per potersi, in tempi brevi, aggiornare e confrontare e a coloro che, in ruoli di natura

strategica, tale attività devono fondare, concepire e controllare nella realizzazione.

È utile, forse ancor più, a chi questa professione pensa di volerla intraprendere e vorrebbe, quindi, meglio capirla e più a fondo conoscerla.

L'intero piano del seminario è stato studiato proprio per consentire, in soli due giorni, un mix base di conoscenza e capacità applicativa, indispensabile e completo, nell'area Web Marketing.

### Argomenti

- L'importanza di essere in rete.
- Come progettare un sito dal punto del layout.
- Come rendere un sito navigabile.
- L'importanza dei contenuti di un sito.
- Elementi di html, per poter inserire parole chiavi all'interno delle pagine html.
- I motori di ricerca.
- Meta tag e keywords.
- L'importanza del nome del sito.
- Come registrarsi sui motori di ricerca.
- Tecniche di posizionamento.

### Obiettivi

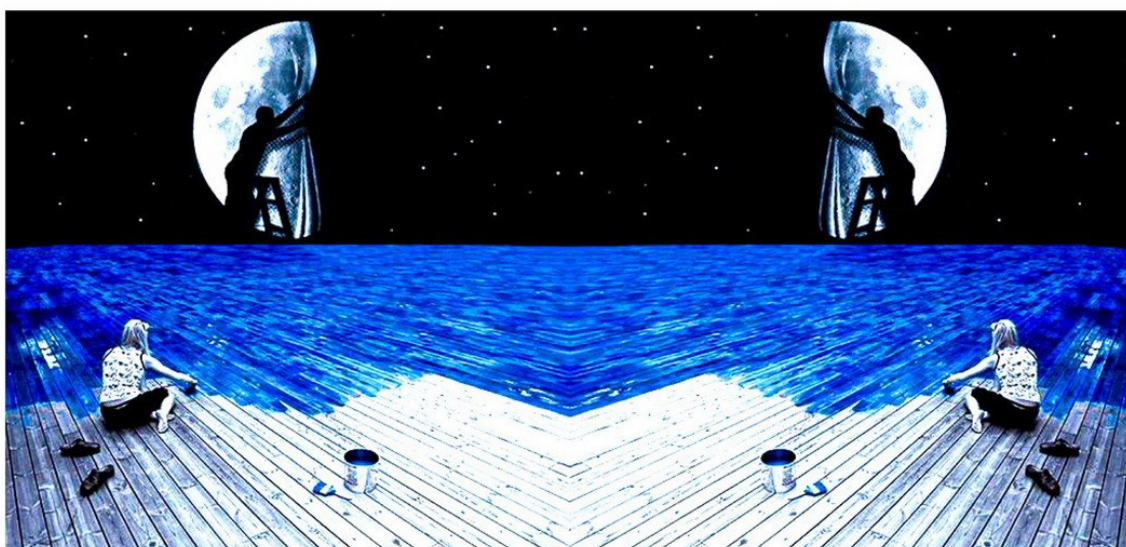
- Essere in grado di analizzare e controllare la progettazione di un sito web.
- Capacità di posizionare un sito web nei primi posti dei motori di ricerca.
- Vedere la rete come un'opportunità per migliorare e offrire più servizi alla clientela e ai pubblici di riferimento.
- Essere in grado di rendere un sito navigabile.
- Conoscenze base dell'html e dei meta tag.
- Analisi e conoscenza dei motori di ricerca

## WEB DESIGN

Reattivo. Creativo. Pronto per il Mercato.

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

**Personal Trainer: Davide Cosimo Catanese**



Computer, Tablet, Smartphone, oggi un sito Web si deve adattare a diversi dispositivi, in maniera fruibile su tutti i device in commercio.

Il nostro seminario insegna a progettare e a realizzare siti web creativi e conformi ai più recenti standard di qualità e web usability.

Dall'ideazione fino alla pubblicazione on line.

Si comincia con i linguaggi Html5 e Css, per diventare, step by step, un web design reattivo e creativo pronto per il mercato.

Un seminario più che unico e raro sul tema.

### Argomenti

- Il Web e il Web Design.
- Strumenti necessari e non.
- La prima pagina HTML 5.
- Sito responsive, impariamo a conoscerlo.
- Contenuti e semantica.
- Le immagini nel web.
- Testi organizzati: liste e tabelle.
- I CSS cosa sono ?
- Teoria e breve storia del web design.

- Il workflow del web designer.
- Organizzare il primo progetto.
- Quello che non si vede ma serve.
- Alla scoperta del Box Model.
- Definire la struttura del layout.
- Reset!
- Organizzare i CSS.
- Immagini di sfondo e CSS.
- Stilare i link e lavorare con il rollover.
- Definire la zona centrale.
- Approfondimento: il float.
- Riutilizzare le pagine.
- Includere elementi dai social network.
- Testare il sito e trovare gli errori.
- Panoramica sui servizi di hosting.
- Pubblicazione e FTP.
- Chi visita il mio sito?

### Obiettivi

- Realizzare un sito web responsive.
- Un sito che si adatti automaticamente al dispositivo che lo visualizza rimanendo sempre chiaro e facile da navigare.

## WEB DINAMICO & PROGRAMMAZIONE PHP

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: **Davide Cosimo Catanese**



Si tratta del seminario top nella conoscenza di web building, il passaggio formativo successivo ed avanzato, al web design.

Una conoscenza esclusiva per raggiungere l'eccellenza nella programmazione web, sia come operatori che come interlocutori informati di consulenti professionisti.

Completo, esaustivo, pratico e incisivo: risolvete.

### Argomenti

#### Mattoni del linguaggio

Le variabili  
I tipi di dato  
Le costanti  
Gli operatori aritmetici  
Gli operatori relazionali e logici

#### Il controllo dell'esecuzione

Il costrutto IF, ELSEIF ed ELSE  
Il costrutto SWITCH  
Il ciclo FOR  
Il ciclo WHILE

#### Array e Funzioni

Gli array  
Le funzioni

#### Come gestire l'input dell'utente

I dati via URL e QueryString  
I Form in PHP

#### Memorizzare dati durante la navigazione

Le sessioni

#### I database

La progettazione  
Normalizzazione  
SQL: Structured Query Language

#### Interazione PHP con Mysql

Lettura, scrittura e modifica dati

#### Obiettivi

Php è un linguaggio di **programmazione web server-side**.

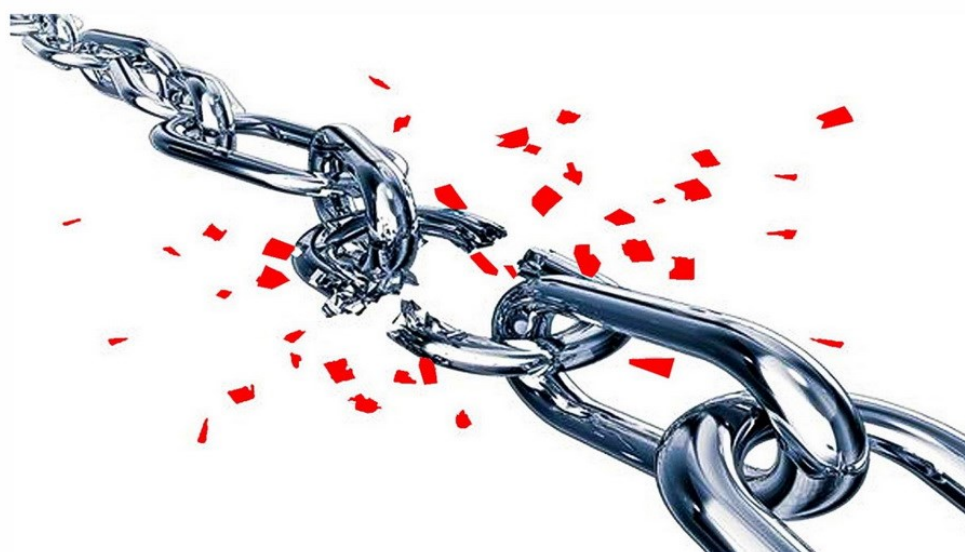
**Mysql è un database** per la memorizzazione strutturata di informazioni.

Combinando il linguaggio Php con il database Mysql, attraverso esercitazioni pratiche, si apprendono le basi della programmazione web server-side, per realizzare **applicazioni web dinamiche**.

## LA MEDIAZIONE IL MINOR DISACCORDO CONSENSUALE POSSIBILE

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

Personal Trainer: Dott. Edellio D'Angelo



L'attuale situazione conflittuale in tutta la nostra la società e la sempre più complicata macchina giudiziaria che affligge le procedure giudiziarie, fanno sì che per giungere a delle sentenze, anche per questioni di poco conto, possano trascorrere anni, ciò porta ad avere enormi ritardi, anche nelle questioni molto importanti, ad un ulteriore irrigidimento delle parti e ad un aumento delle spese di giudizio.

Questo stato di cose toglie risorse, in particolare, alle aziende, che di fronte a conflitti che trattano materie economiche, si ritrovano costrette ad attendere lunghi periodi per chiudere vertenze che, spesso, possono causare addirittura la chiusura delle aziende stesse.






















In questo clima, è nato l'istituto della mediazione, già peraltro presente in molti Paesi, dove le vicende giudiziarie hanno tempi, mediamente, molto più brevi.

La mediazione ha come obiettivo principale la possibilità delle parti di addivenire ad un accordo personalizzato e definibile dalle parti stesse, e quindi con un ridotto tasso di conflittualità, tempi molto più brevi e costi decisamente più contenuti e sostenibili.



Questo seminario offre tutto il sapere pratico, necessario e indispensabile, per riuscire a sapere valutare se e quando utilizzare il mezzo della mediazione, caso per caso, situazione per situazione, e per riuscire a gestirla, nel caso sia utile, nel modo più corretto ed efficace, per un esito sicuro sempre "win-win" (io vinco- tu vinci").

Seminario davvero speciale e utilissimo per il bagaglio culturale di chiunque comandi o amministri.

### Argomenti

-  Definizione e dimensioni del fenomeno.
-  Mediazione sì. Mediazione no.
-  Quando utilizzarla e quando non.
-  La mediazione strumento di primaria importanza per la composizione delle liti.
-  La situazione giudiziaria in Italia
-  Le cause pendenti
-  I tempi della giustizia
-  I risultati di un giudizio
-  La mediazione
-  Mediazione obbligatoria
-  Mediazione facoltativa
-  Perché la mediazione
-  I tempi della mediazione
-  Le fasi della mediazione
-  La segretezza
-  Il ruolo del mediatore
-  Il ruolo delle parti
-  Il ruolo dei legali
-  La richiesta di tecnici esterni
-  La proposta del mediatore
-  Sintesi finale e "consigli per gli acquisti"

### Obiettivi

-  Impadronirsi di una evoluta conoscenza pratica della mediazione e di una nuova cultura, più mirata, nel saperne usare, vantaggiosamente, strumenti ed effetti, al fine di snellire la composizione delle liti ed evitare lungaggini e affollamenti della giustizia.
-  Avere un ruolo personale informato nella composizione del conflitto e saperne condurre la mediazione.

## **PROPRIETA' IMMOBILIARI & AMMINISTRAZIONE STRATEGICA**

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Dott. Edellio D'Angelo**



Proprietà immobiliari esistenti, personali e professionali, in Italia e all'Estero?

Proprietà future da selezionare per investimento?

Aspetti economici e gestionali?

Gestioni immobiliari condominiali usuali e gestioni di unità "a reddito"?

Questioni energetiche, fiscali, planimetriche e di sicurezza?

Manutenzione ordinaria e straordinaria?

Selezione degli inquilini e contratti di affitto?

Conduzione gestionale ed economica?

Scelta e controllo degli amministratori?

Valutazione e gestione di immobili in fase di compra vendita, di stesure testamentarie e di successioni ereditarie?

Conduzioni oculate e ritorni di redditività?

Che si decida di agire in proprio o di delegare l'impegno, questi sono, comunque, i principali aspetti nodali che un'amministrazione di proprietà immobiliari si trova, inevitabilmente, ad affrontare.

Non occuparsene può essere un suicidio di interesse.

Assolvere l'impegno, con ragione e buon senso, è normale.

Assolverlo, invece, in modo informato, completo e strategico, nel prossimo futuro, sarà addirittura indispensabile.

Questo seminario permette di accedere, in modo rapido, alla conoscenza più avanzata, completa e pratica sul tema, per prepararsi e saper realizzare la più efficace ed accorta gestione strategica di proprietà immobiliari private e professionali.

Un seminario unico e raro, totalmente inedito nella sua specifica identità, per sapersi orientare correttamente in un mondo complesso, dove fin troppo spesso accade che "ci spieghino le nostre idee senza farcele capire".

### **Argomenti**



Le proprietà condominiali:

la casa in condominio, il regolamento, l'assemblea, le nuove leggi in materia, gli obblighi e i doveri dell'amministratore, la classe energetica degli edifici, la sicurezza, la gestione dei servizi, l'efficientamento energetico, le agevolazioni fiscali, la scelta dell'amministratore, il reclutamento dei manutentori, la collaborazione dei condomini



Le proprietà immobiliari "a reddito":

la ricerca e la selezione di inquilini affidabili (liquidità, solidità e moralità), il perfezionamento dei contratti di locazione (sicurezza e convenienza), gli aspetti fiscali, il recupero degli affitti e delle rate condominiali, il pagamento delle spese di registro, la manutenzione ordinaria e straordinaria, i budget preventivi e consuntivi



L'analisi di convenienza e la selezione di nuovi investimenti immobiliari



Le compra vendite



Le circostanze testamentarie



Le situazioni successorie



Sintesi finale e "consigli per gli acquisti"

### **Obiettivi**

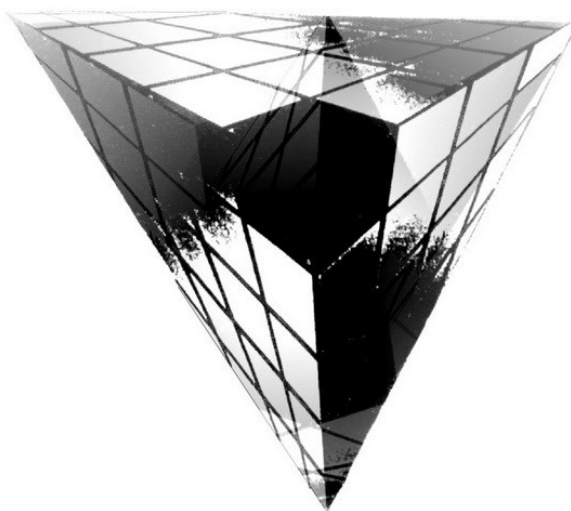


Appropriarsi, in tempo rapido, dei principi e dei temi fondamentali intrinseci nelle amministrazioni strategiche immobiliari più avanzate: dal semplice condominio alle realtà più complesse.

## 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

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

### Obiettivi

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

## 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



## **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**



Provvisoriamente, 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.

## 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.

## 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.

## 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

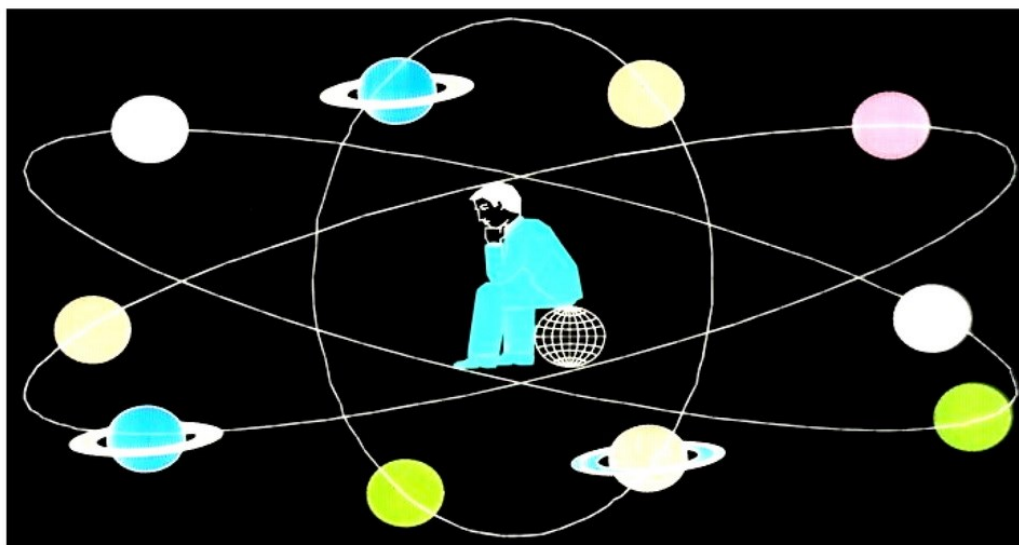
-  Verificare le personali attitudini e capacità nel ruolo di comando.
-  Acquisire nuove capacità di valutazione e motivazione degli uomini.
-  Individuare lo stile di comando più adatto alle situazioni e alla personalità dei collaboratori.

## 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.

## COME SE UN OCEANO

I Sali e gli Aromi della Terra  
I sapori dell'Umanità

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainers: Bruna Cristina De Gese Dott. Donato Maria De Amici**



Un "viaggio" organolettico da tutto il mondo e da tutte le epoche, fino a raggiungere le radici dei sapori dell'Umanità.  
In sintesi: l'essenziale DNA culinario umano.

Quali sono stati, nel tempo, i fondamentali fattori scatenanti dell'evoluzione di tutte le Cucine di tutti i continenti?  
Prima ancora dei cibi stessi disponibili, la vera chiave di volta storica è rappresentata in primis dai sali e dagli aromi, che hanno permesso di dare a loro un sapore distintivo, modificarlo ed esaltarlo, attraversando i millenni.

I cibi sono serviti come "le note", i sali e gli aromi hanno poi composto "la musica".

Quindi si intende: sali fossili (salgemma), sali marini, sali magistrali, erbe aromatiche, spezie, piante speciali e miscele storiche di questi.







Gli storici condimenti naturali che hanno creato tutti i sapori.

Il piccolo grande segreto della Cucina umana sul Pianeta Terra.








Il seminario permette di svelarlo: per dipingere i sapori della vita.

### Argomenti

-  I tre tipi di Sali sulla Terra.
-  I Salgemma o Sali fossili.
-  I Sali Marini.
-  I Sali Magistrali ("spezie termolabili").
-  Gli Aromi della Terra.
-  Le Spezie.
-  Le Erbe Aromatiche.

-  Le Piante Speciali.
-  Il cervello umano.
-  Le sensazioni organolettiche.
-  L'Aroma di cibi e sostanze: Odori e Sapori.
-  Le Miscele Storiche dell'Umanità.
-  Aromi & Cucina, principali abbinamenti.

### Obiettivi

-  Excursus storico delle Origini e delle fondamentali fasi geologiche del pianeta Terra.
-  Principali conoscenze sull'identità dei diversi sali esistenti sulla Terra, loro origini e caratteristiche.
-  Conoscenza panoramica degli aromi terrestri e loro classificazione per categoria e origine geografica di appartenenza.
-  Comprendere come è costruito biologicamente il cervello umano, e le implicazioni psicologiche percettive che questa struttura comporta.
-  Le Sensazioni Organolettiche, biologiche e psicologiche, e gli Aromi di cibi e sostanze (Sapori ed Odori): temi di principio e aspetti fondamentali.
-  Conoscere e identificare i più antichi, famosi e storici Sapori dell'Umanità (miscele storiche di condimento e insaporimento). Quali sono? Quanti sono? Da dove provengono? Dove e quando sono stati creati?
-  Temi di principio per un iniziale corretto abbinamento dei principali Aromi con le diverse categorie di cibo e loro destinazioni congeniali in Cucina.

## BRANDING. LE BASI DEL VALORE.

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Renato Dellamano



La sintesi della conoscenza internazionale più avanzata nella gestione del branding, come base di valore.

Modalità e contenuti intrinseci lo rendono un'autentica anteprima formativa di valore strategico per qualsiasi tipo di business.

Particolare attenzione viene dedicata anche al riconoscimento di tutti i possibili errori, di breve e lungo periodo, da evitare.

Un seminario, quasi introvabile, fondamentale per il presente e indispensabile per il futuro.

### Argomenti

- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Che cos'è il Branding e Perché è Importante?
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Il Valore di un Brand di Successo
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Branding: Definizioni e Concetti di Base
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Brand Storici a Confronto
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Il Brand: Percezioni e Aspettative – i Diversi Punti di Vista
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Rebranding: Chi lo Ha Fatto e Perché?
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Estensione di un Brand: Che Cos'è? Funziona Sempre?
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Brand Wars: Quando i Mercati Sono Campi di Battaglia
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Aspetti Legali del Branding: Introduzione
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Branding: gli Errori da Evitare

### Obiettivi

- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Capire cos'è il Branding e come può contribuire al successo di un'azienda
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Capire il valore aggiunto che può essere generato da un Brand di successo e le condizioni chiave necessarie
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Partendo da una serie di esempi concreti e di case studies, imparare a valutare i pro e i contro di diversi approcci al Branding e come questi si possano applicare in diverse realtà
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Comprendere come migliorare le decisioni ed i risultati aziendali considerando il Branding nel contesto delle più ampie decisioni aziendali
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Ottenere una conoscenza di base delle problematiche legali collegate al Branding
- SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Capire come evitare gli errori più comuni nel Branding

## PRICING BENI DI CONSUMO

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Renato Dellamano



La costruzione di un prezzo: tutto ciò che è indispensabile sapere, in termini di "valore".

Un'analisi approfondita ed esaustiva di tutte le variabili utili che concorrono e devono contribuire alla formazione di un prezzo, secondo ogni punto di vista e di scenario.

Un seminario inedito, anticipatore e in parte "rivoluzionario", capace di portare autentiche nuove visioni nella determinazione dei valori.

Molto probabilmente, per la sua rarità e per la sua specificità, un seminario imperdibile.

### Obiettivi

- Capire cos'è il pricing e come può contribuire al successo di un'azienda
- Conoscere i pro e i contro dei vari approcci teorici al pricing e come questi si possano applicare in diverse realtà aziendali e di mercato
- Comprendere come migliorare le decisioni ed i risultati aziendali considerando il pricing come una variabile fondamentale e non accessoria
- Comprendere le problematiche specifiche del pricing in ambito internazionale
- Ottenere una conoscenza di base dei metodi di ricerca che possono supportare le decisioni di pricing
- Ottenere una conoscenza di base delle problematiche legali legate al pricing

### Argomenti

- Che cos'è il Pricing e Perché è Importante?
- Pricing e Filiera del Valore
- I Tre Livelli di Gestione del Pricing: Concetti Base
- Ma in Azienda, Che Succede?
- Pricing, Valore e Costi: Quali Relazioni?
- Il Pricing nel Marketing Mix
- Segmentazione del Mercato e Pricing
- Pricing e Ciclo di Vita del Prodotto
- La Sensibilità al Prezzo, Questa Sconosciuta
- Aspetti Legali del Pricing: Introduzione



## LA SELEZIONE STRATEGICA DELLE NUOVE TECNOLOGIE

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Dott. Renato Dellamano**



Quando si parla di "nuove idee", nel mondo di oggi, si finisce inevitabilmente, se non automaticamente, per far riferimento a "nuove tecnologie", in soldoni "l'aspetto pratico delle idee".

Ma non finisce qui, ogni tecnologia non può limitarsi allo stretto compartimento stagno dei propri principi di funzionamento: è il suo tipo di applicazione che, alla fine, conta su tutto.

E qui anziché chiudersi, il discorso si dilata ancora di più e l'analisi diventa ancor più complessa.

Infatti è sufficiente che una nuova tecnologia applicata, per trovare diffusione, sia oggettivamente utile a qualcosa o a qualcuno?











La risposta è chiara: no. Per il semplice, ma discriminante, motivo che ricchezza di proprietà e di requisiti e collaudata utilità potenziale, seppure premesse fondamentali, non sono, da sole, sufficienti ad assicurarne la diffusione di utilizzo. E allora?

Ci vuole altro, una verifica che spesso si allontana dalla novità stessa e va ricercata nell'ottica dell'*homo economicus*: una nuova tecnologia applicata "deve poter aprire e fare mercato", e quindi, potenzialmente, essere in grado di produrre margini, valori aggiunti e ritorni affidabili sull'investimento.




Caratteristica alla base del suo successo, e non proprio così facile da individuare.

Questo seminario illustra le variabili, anche nascoste ed inattese, ed i parametri, anche più segreti, di massima utilità, che devono illuminare scelta e selezione delle nuove tecnologie.

### Argomenti

-  Excursus storico economico sulle principali nuove tecnologie: case history.
-  Settori e mercati storici preferenziali.
-  L'inventario e la mappa delle applicazioni di una nuova tecnologia.
-  L'identikit modello guida della tecnologia candidata modello.
-  Gli atteggiamenti mentali favorevoli l'obiettività di selezione.
-  L'analisi di convenienza.
-  Parametri fondamentali e "cartine tornasole" per decidere.
-  Gli aspetti fuorvianti e gli errori macroscopici da evitare.
-  Scenari strategici: tendenze, problemi, opportunità.
-  Sintesi, conclusioni e "consigli per gli acquisti".

### Obiettivi

-  Conoscere gli esiti delle principali tecnologie del passato.
-  Imparare a orientarsi e a posizionarsi nei mercati più premianti.
-  Sapere riconoscere, valutare e selezionare le applicazioni delle tecnologie emergenti candidate ideali.

## NUOVE TECNOLOGIE & BUSINESS PLAN

Seminario-laboratorio di 1 giornata.











**Personal Trainer: Dott. Renato Dellamano**






"Dal "dire" al "fare e realizzare".

Accorgimenti, know how e segreti per il lancio più riuscito sul mercato delle nuove tecnologie, dopo averle identificate e selezionate.

### Argomenti

-  Inventario esaustivo dei mezzi e delle risorse necessari e mappa temporale circostanziata dello sforzo.
-  Check up preventivo della coerenza delle variabili di marketing mix.
-  Gli obiettivi di vendita e il punto di pareggio (break even).
-  Il pricing.
-  Le argomentazioni specifiche con mappa dei vantaggi-svantaggi.
-  Le offerte commerciali per segmento di mercato.
-  La pianificazione strategica del debutto e dell'introduzione nei mercati di riferimento.
-  I budget iniziali e il business plan.
-  Il controllo dei ritorni economici e le revisioni di budget.
-  Sintesi, conclusioni e "consigli per gli acquisti".

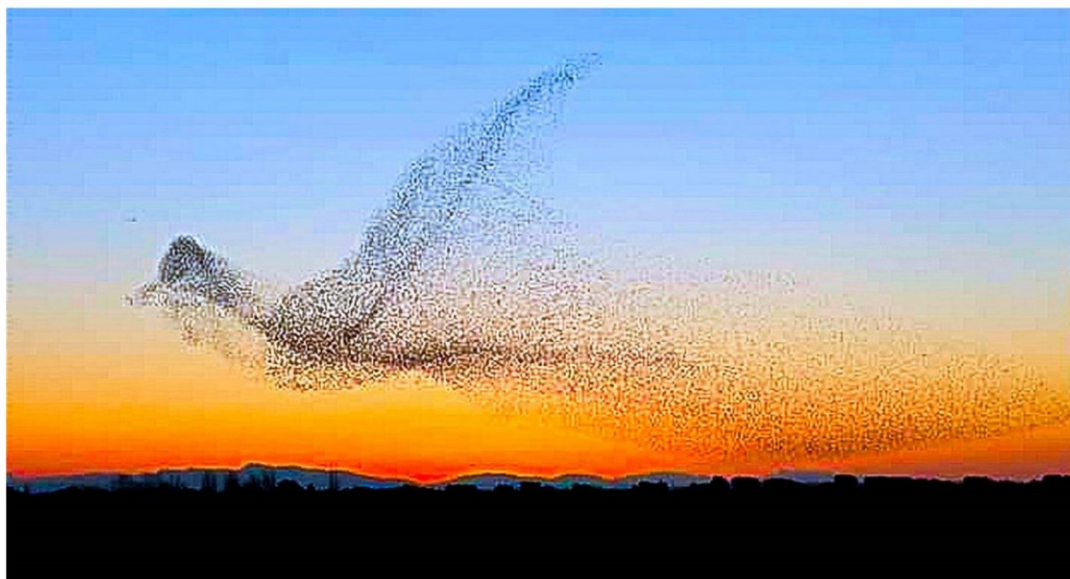
### Obiettivi

-  Apprendere il know how, fondamentale e necessario, per il lancio sul mercato di una nuova tecnologia.
-  Sapersi orientare tra priorità "di importanza e d'urgenza".
-  Consolidare la consapevolezza della validità delle scelte.

## IMPRESA & MANAGEMENT SOCIALE

Seminario-laboratorio di 1 giornata

Personal Trainer: Dott. Roberto Durante



Come molti altri, sono rimasto colpito, tempo fa, leggendo “Da animali a dei, storia dell’Umanità” di Yuval Harari che poneva un curioso interrogativo: era più felice l’uomo primitivo o quello moderno?

Non è una domanda facile, i modelli sociali del secolo scorso sono superati, oppure in crisi, e per quanto riguarda le imprese un nuovo concetto sta emergendo, una terza via alternativa ai 2 modelli emersi nel secolo scorso: l’Economia Civile che vede le imprese come guida di questo passaggio epocale.

Le nuove generazioni hanno a cuore un pieno superamento di questi modelli e le nuove aziende hanno il chiaro obiettivo di generare effetti positivi sull’ambiente e sulla società, vedono quindi 5 obiettivi prioritari:

- Valorizzazione delle persone, l’essere umano al centro dei progetti aziendali
- Salute e benessere dei consumatori e dei dipendenti
- Agricoltura sostenibile e filiere produttive sostenibili
- Cambiamenti climatici ed economia circolare
- Sviluppo e valorizzazione del territorio

L’economia civile si propone come possibile alternativa alla concezione capitalista, dove il mercato diventa la principale e unica istituzione necessaria per la produzione e distribuzione di beni.

Con il termine Economia Civile si intende principalmente una prospettiva culturale di interpretazione dell’intera economia, una teoria di mercato fondata sui principi di reciprocità e fraternità.

Una urgente domanda che ci si pone: a che cosa serve lo sviluppo dell’industria, a che cosa servono tutte le innovazioni tecniche, tutta quella fatica, tutti quegli esodi, se in capo ad oltre un secolo di crescita industriale la situazione della gente resta spesso comunque miserabile?

Maslow identifica i bisogni come un percorso evolutivo, da quelli fondamentali che assicurano la sopravvivenza, sino ai più evoluti,

con la felicità degli individui all’apice della piramide: abbiamo fatto passi avanti in questo ambito?

La felicità mette al centro l’individuo, oggi è necessario estendere la ricerca della felicità ad una dimensione pubblica, comune, che nasce da un’etica delle virtù e del bene comune. In questi tempi di crisi, la stessa ricerca individuale di felicità non si compie senza prendere sul serio la dimensione sociale e relazionale.

Le imprese sono chiamate a divenire primi attori di questo cambiamento.

### Argomenti

- Modelli aziendali attuali
- Le difficoltà operative
- I focus aziendali in rapporto al core business
- Le aziende ed il loro contributo per una nuova società
- Le persone al centro dello stile aziendale
- Redditività e felicità delle persone nelle aziende: connubio possibile?
- Le nuove generazioni ed il rapporto con il lavoro

### Obiettivi

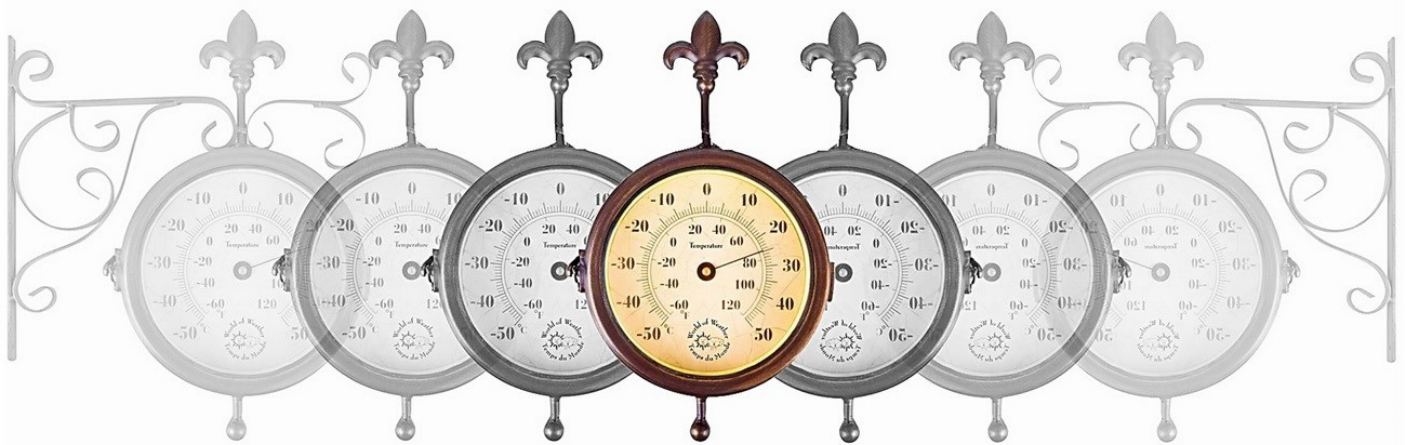
- Condividere esempi e modelli aziendali di successo
- Proporre modelli aziendali attrattivi per le nuove generazioni
- Creare consapevolezza circa il ruolo sociale e civile delle aziende
- Comprendere le problematiche specifiche del pricing in ambito internazionale
- Anticipare le scelte di domani

## LA PERSUASIONE CONSENSUALE

Una scienza moderna.

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Dott. Stefano Durante**



### Cos'è la Persuasione?

È l'arte di far fare agli altri, senza che si sentano forzati a farlo, ciò che si desidera, come e quando lo si desidera.

Una simile potenza di controllo, sul comportamento altrui, in prima battuta, può apparire orribile oltre che scorretta: come manovrare gli altri come burattini.

Ma non è così. Semmai, proprio il contrario.

Infatti, la Persuasione, soprattutto professionale, è del tutto etica, e non ha nulla a che vedere con la parte "malata" che si chiama manipolazione, dai noti tratti ed effetti negativi.

In verità, al netto di intenzioni malevole, Persuadere qualcuno significa aiutarlo, consensualmente, a fare qualcosa che è nel suo stesso interesse: obiettivo che, da solo senza sostegno, farebbe maggior fatica, o non riuscirebbe affatto, a raggiungere. Persuasione è quindi capacità di influenza e di guida, è saper essere "seguiti", in una sola parola: è leadership.







L'arte dell'origine del Consenso.

Si tratta di una scienza molto moderna ma, come spesso accade in Comunicazione, anche molto antica.






Il seminario si basa sul know-how di uno dei più accreditati studiosi mondiali della persuasione: l'italo americano Robert Cialdini, che ne ha studiato e definito modalità, caratteristiche, steps ed effetti.

Il seminario si rivolge, in primis, a tutti coloro che desiderano aumentare la propria capacità di essere ascoltati e seguiti, che gestiscono Collaboratori ed il loro sviluppo e che hanno a cuore il miglioramento delle proprie capacità relazionali.

### Argomenti

-  I 6 principi fondamentali della Persuasione
-  La Persuasione come arma prima ed efficace della Comunicazione
-  Come persuadere gli altri
-  Il linguaggio persuasivo
-  Persuasione e manipolazione: le profonde differenze.
-  Gli errori da evitare.

### Obiettivi

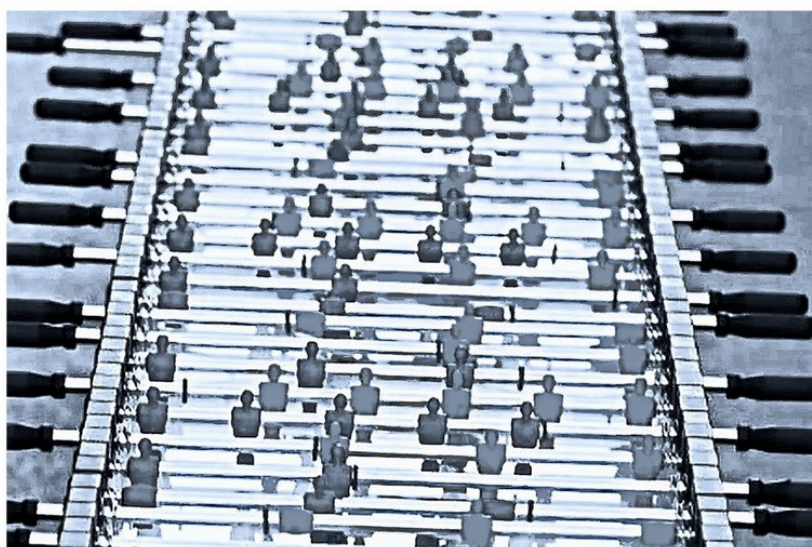
-  Imparare ed appropriarsi dei meccanismi principali della Persuasione
-  Affinare la propria capacità di Persuasione
-  Aumentare la propria influenza sugli altri
-  Incrementare la consistenza della propria leadership e del proprio carisma
-  Migliorare le proprie abilità di coaching

## **LE RIUNIONI EFFICACI**

L'arte di gestirle e realizzarle.

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Dott. Stefano Durante**



### ***“Le riunioni andrebbero fatte in piedi!”***

Quante volte abbiamo fatto questa battuta, o magari, lo abbiamo solo pensato?

La riunione è uno dei momenti aziendali, e non solo aziendali, non solo più importanti, ma anche più imprevedibili, difficili e complessi da gestire, in modo utile e positivo.

Diciamo la verità: occasioni preziose che fin troppo spesso si risolvono in incontri noiosi, inconcludenti, pieni di sterili livori e rancori, e che, come se non bastasse, a volte lasciano anche strascichi indesiderati, una volta terminati.

Bilancio troppo frequente: solo tempo perso, se non dannoso.












Ciò, purtroppo, accade perché gestire e condurre una riunione è un'arte difficile complicata, tutt'altro che semplice, oltre che basilare per l'efficienza dei processi.

Infatti, Riunione vuol dire comunicazione, scambio e dialogo. Senza riunioni l'azienda avrebbe escluso una larga fetta della sua comunicazione interna ed esterna, e potrebbe finire per cessare di esistere.



Quindi, prepararsi e sapere “cosa e come fare”, non è solo fondamentale: semplicemente è “tutto”.

Il seminario dura solo una giornata ed è stato studiato ad hoc per essere compatibile con le diverse realtà di chiunque organizzi riunioni, in qualunque ambito.

### **Argomenti**

-  Cos'è una riunione e quali sono i suoi obiettivi
-  Cosa fare PRIMA della riunione
-  La preparazione della riunione
-  La preparazione del luogo dove si terrà la riunione
-  Cosa fare DURANTE la riunione
-  I diversi stili di conduzione
-  La gestione del “gruppo” o della “squadra”
-  La gestione dei partecipanti “protagonisti difficili”
-  Come stimolare la partecipazione
-  Come rendere la riunione breve, efficace ed efficiente
-  Cosa fare DOPO la riunione

### **Obiettivi**

-  Sapere come si prepara, si conduce e si gestisce una riunione
-  Appropriarsi dei mezzi indispensabili affinché sia davvero utile, efficace, efficiente e possa effettivamente raggiungere il risultato previsto nel tempo auspicato.

## **PARLARE IN PUBBLICO CON EFFICACIA...DA SUBITO!**

Fast Public Speaking in action.

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Dott. Stefano Durante**



Oggi le possibilità e le occasioni per parlare in pubblico si sono davvero moltiplicate: si va dal semplice “speech” a vere e proprie presentazioni, con diversi mezzi di comunicazione: dal vivo, radio, tv, web e altri ancora.

Chiunque nel mondo del Lavoro, manager, venditori, ma anche persone che sono chiamate ad insegnare o tenere seminari, hanno bisogno di imparare a parlare in pubblico, senza doversi affidare al rischio del “fai da te” e dell’ improvvisazione.

Una esperienza che, soprattutto se inaspettata, continua, spesso, a spaventare, e proprio per questo deve essere assolutamente “preparata e lavorata”, anche nei casi con poco tempo a disposizione.

Inoltre, saper Parlare bene in Pubblico non solo accresce l’autostima e la sicurezza in sé stessi, ma può diventare un plus davvero importante in ambito lavorativo, e non.











A chi può essere davvero utile?

Per l’ impostazione e l’ obiettivo per cui è stato studiato, innanzitutto e soprattutto, a tutti coloro che, senza formazione specifica pregressa, si trovano nell’ imbarazzo, improvviso e inaspettato, di dover fare presentazioni in pubblico. Inoltre, anche a un pubblico già più esperto che desidera, in modo molto rapido, fare un check ed un upgrade delle proprie conoscenze o prepararsi per un evento specifico.



Il seminario, estremamente pratico ed attivo, dura solo il tempo di una giornata: 8-9 ore ed è in grado di risolvere, con eccellenza, le presentazioni in pubblico...Da SUBITO!

Per rapidità ed efficacia: un seminario senza paragoni sul tema.

### **Argomenti**

-  Principi di Comunicazione
-  Informazioni sul Pubblico da incontrare
-  Come prepararsi i contenuti del discorso o della presentazione, in breve tempo ed in modo efficace
-  Il linguaggio da utilizzare
-  Come si usano i mezzi a disposizione: pc, microfono, lavagna, proiettore, schermo, tablet, smartphone etc
-  Come creare slide efficaci: numero, font, colori, mappa, contenuto, etc.
-  Come si inizia. Come si finisce
-  I piccoli, grandi, trucchi dell’ oratore
-  Gestire e Rispondere alle domande difficili
-  Controllo dell’ ansia

### **Obiettivi**

-  Essere in grado, già dal giorno successivo, di saper preparare ed effettuare presentazioni in pubblico, e di realizzarne anche migliori e più mirate.
-  Divenire, senza perdere il proprio stile personale, più sicuri, più sciolti, più professionali e preparati, oltre che più carismatici ed influenti.

## AI CONFINI DEL ROCK

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Bernardo Lanzetti**



Se si dà un'occhiata al dizionario, rock, parola inglese, in italiano vuol dire roccia.

D'accordo, fin qui ci siamo, ormai lo sanno quasi tutti.

Ma cosa è veramente il Rock?











Quale è il suo intrinseco e unico DNA e, oltretutto, quali sono mai i suoi confini?

Quali sono i pensieri e i segreti che lo rendono così unico e speciale?




Questo seminario risponde a questa domanda con un patrimonio di "know how" unico e raro: quello di uno dei Grandi Maestri del Rock come personal trainer.

Per chi ama questo genere musicale, per chi lo suona e per chi, giovane, vi si avvicina per interpretarlo in futuro, come artista.

### Argomenti

-  La diversificazione del Rock dagli altri generi musicali.
-  L'humus e i perchè culturali della sua origine.
-  Oggetto principe: argomenti della quotidianità e dell'attualità.
-  Chi Rock.
-  Cosa Rock.
-  Come Rock.
-  Dove Rock.
-  Quando Rock.
-  Perchè Rock.
-  Il Rock Progressivo.

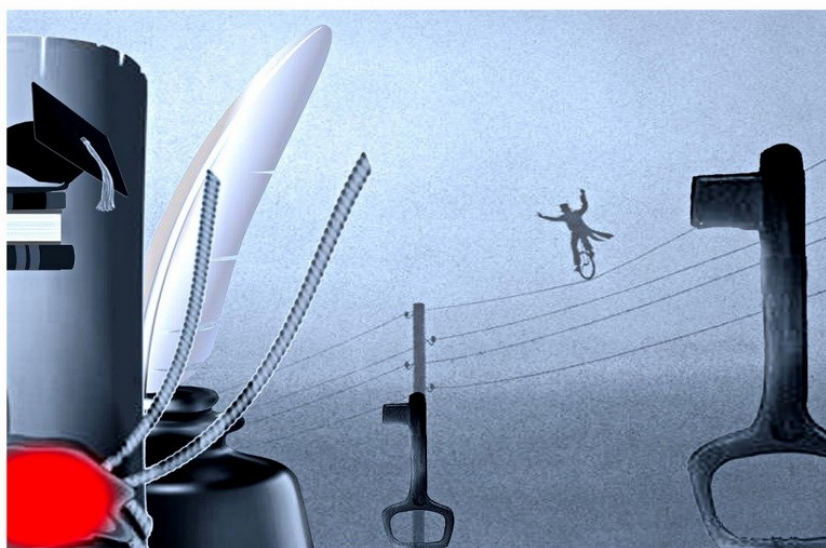
### Obiettivi

-  Conoscere origini, radici, ragioni e significati del Rock, come genere musicale.
-  Sapersi orientare verso il Rock del futuro.
-  Comprendere l'essenza dell'anima Rock.

## IL TESTAMENTO. QUELLO GIUSTO. IL TUO.

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Avv. Glauco Maiocchi**



La Legge è la Legge, e che piaccia o non piaccia, domina, discrimina e dispone. Ed alla fine è ciò che veramente conta su tutto e su tutti. Conoscerla non è solo un diritto, ma un dovere, indispensabile per il nostro futuro e di chi ci sta a cuore e verrà dopo di noi. Consentirsi, in qualsiasi ruolo, il lusso di ignorarla, anche parzialmente, significa consegnare anticipatamente i nostri "desiderata" al fallimento e al loro mancato riconoscimento.

Pensare poi che la Legge viaggi sempre, parallelamente e di pari passo, col comune "buonsenso" è una pura illusione, oltre che un vero pericolo.

Non vi è quasi nulla di certo e garantito, nell'evidente incertezza del percorso di una vita, ma una cosa, unica e sola, è sicura: che chiunque, prima o poi dovrà morire.

Non volerlo prevedere, o ritardare nel farlo, è un grave atto di onnipotenza e di superficialità che si può tradurre, alla fine, in un danno irreversibile per chi verrà dopo di noi.

Infatti "non decidere", in questo specifico caso, significa proprio tutto il contrario, e rappresenta una scelta precisa: in assenza delle nostre decisioni, ci penserà proprio la Legge a decidere al posto nostro, con esiti che potrebbero proprio non piacerci.

Per questo, più che mai in ruoli di responsabilità, è fondamentale "fare testamento".











Non esiste, al contrario di quanto si possa pensare, il testamento "perfetto": il testamento "giusto" è semplicemente e solo "il nostro", ma va fatto con modalità e contenuti che non ne pregiudichino l'efficacia finale.

Allora come fare, cosa fare, come scrivere, come e dove conservare e altro ancora?




Questo prezioso seminario, in un solo giorno, grazie ad una esperta e sofisticata summa legale, è in grado di permetterci sia di realizzare "il nostro testamento", una volta per tutte, in modo legalmente inappuntabile, per avere la certezza che verrà eseguito

solo ed unicamente come lo volevamo noi e senza sorprese, sia di saper gestire correttamente tutti gli aspetti mobiliari, immobiliari e organizzativi connessi. Testamento fatto, testamento risolto.

### Argomenti

-  Le successioni in generale: La qualità di erede o chiamato all'eredità e la capacità di succedere. La rappresentazione, L'apertura della successione, Il divieto dei "patti successori".
-  L'accettazione dell'eredità: Semplice o mediante inventario.
-  La rinuncia all'eredità.
-  Le azioni a tutela dell'erede: Azione petitoria.
-  La successione legittima: Intangibilità della quota legittima, Lesione di quota legittima e azione di riduzione.
-  I "kathortoma" indispensabili.
-  La successione necessaria e la cosiddetta "quota di riserva".
-  La successione testamentaria: Il contenuto del testamento, Le forme del testamento.
-  Nullità o annullabilità o inefficacia del testamento.
-  Il legato (cenni fondamentali).

### Obiettivi

-  Acquisizione di nozioni generali sull'impianto giuridico della materia successoria nell'ordinamento vigente.
-  Acquisizione di un orientamento alla gestione del proprio patrimonio in ottica successoria.
-  Acquisizione di nozioni utili alla predisposizione di un testamento valido ed inoppugnabile.



## LA LOCAZIONE ABITATIVA & COMMERCIALE

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

Personal Trainer: **Avv. Glauco Maiocchi**



Basta essere Proprietari di immobili e terreni per gestire facilmente la locazione degli stessi? E anche se facile non fosse, può essere sufficiente affidarsi a esperti del settore, delegando tutto senza un informato controllo, convinti di essere sollevati dall'impegno?

La risposta a queste domande è una e sempre la stessa: no e no.

Anche la delega più totale non può esimere nessun Proprietario dal dovere di essere informato, pena trovarsi di fronte a gravi imbarazzi indesiderati, se non al naufragio della convenienza della locazione stessa. Infatti la locazione, sia abitativa che commerciale, per la emergente complessità del mercato, implica necessariamente: preparazione e conoscenza della Legge, che la regola, sia nel ruolo di gestori che di interlocutori di eventuali delegati al compito.

Se ciò è indispensabile innanzitutto per il Proprietario, lo stesso vale anche, a parti invertite, per l'Affittuario conduttore.

Questo seminario, partendo da zero, analizza tutti i punti più salienti della locazione, opportunità, problemi e rischi, e ne rivela tutti i segreti, per una gestione corretta e sempre risolvibile.

### Argomenti

**La locazione in generale:** Inquadramento della disciplina civilistica e delle Leggi 392/78 e 431/98, Tratti peculiari e distintivi della locazione, Principali diritti e doveri in capo alle parti contraenti, Le garanzie nel rapporto locatizio (fidejussione).

**La genesi del rapporto locatizio:** Fase precontrattuale, Accorgimenti pratici per una soddisfacente predisposizione del contratto di locazione e per la successiva gestione del contratto locatizio, parte locatrice o conduttrice plurilaterale, Tipologie contrattuali previste dall'ordinamento.

**La locazione abitativa:** Disciplina vigente, Tipologie contrattuali ammesse dall'ordinamento, Durata del contratto e clausole di recesso anticipato, La disdetta, Conseguenze

della violazione delle norme imperative in materia di durata del rapporto contrattuale, La successione legale nel rapporto locatizio.

**La locazione transitoria e di breve durata:**

Disciplina vigente e conseguenze della violazione delle norme imperative in materia.

**La locazione c.d. "uso foresteria":**

Presupposti e inquadramento della fattispecie.

**La locazione commerciale:** Disciplina vigente, Durata del contratto e clausole di recesso anticipato, La disdetta (art. 27 L. 392/78), Il diritto di prelazione del conduttore, L'indennità per perdita d'avviamento.

**L'evento patologico del rapporto di locazione:** La specialità del rito locatizio, competenza e notifiche, I procedimenti speciali come i casi di sfratto e di licenza previsti dal codice.

**Lo sfratto per morosità:** Presupposti e iter giudiziario, Il provvedimento di convalida e i suoi effetti di giudicato, Il decreto ex art. 664 c.p.c..

**L'esecuzione forzata dei provvedimenti di convalida di sfratto:** Descrizione delle fasi giudiziarie e delle relative tempistiche, Il ruolo degli "ammortizzatori sociali", Comune e ALER, Registro dei morosi incolpevoli.

### Obiettivi

Acquisire tutte le nozioni generali, fondamentali e indispensabili, sull'impianto giuridico della materia locatizia nell'ordinamento vigente.

Riuscire a fare proprio un "know how" capace di produrre un orientamento personalizzato nella gestione e nella strategia dell'attività locatizia.

## COMUNICAZIONE & CHANGE MANAGEMENT

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Antonio Messina



Il cambiamento oggi è una costante.

Le aziende si dividono tra quelle che sanno cavalcare e, laddove possibile, anticipare il cambiamento e quelle destinate a restare indietro e soccombere.

Il Change Management è l'arte di ridurre il tempo tra la fase di shock iniziale di chi deve uscire dalla propria zona di "comfort" e la fase in cui più persone possibili decidono di "salire a bordo", ne sono facilitate e ci riescono.

La comunicazione dell'Imprenditore, dei Manager, delle persone influenti in azienda è uno strumento delicato e fondamentale, da affrontare con visione, metodo e senso di responsabilità.

Il corso fornisce consapevolezza, strumenti e un metodo per affrontare con successo le situazioni di cambiamento importante in azienda.

Uno dei primi seminari mirati al mondo sul tema, non solo per primato di anticipazione formativa, ma per efficacia nei risultati.

### Argomenti

- Le situazioni di cambiamento in azienda
- Quali sono le difficoltà ad affrontare le situazioni di cambiamento

- Le reazioni delle persone di fronte alle situazioni di cambiamento
- Gli step per un Change Management di successo
- La check list del senso di responsabilità nel cambiamento
- I ruoli delle persone nelle situazioni del cambiamento
- La comunicazione del cambiamento e dei suoi benefici
- La SWOT analysis per la comunicazione del cambiamento
- Esercitazione: costruzione di uno speech convincente di comunicazione del cambiamento
- Il processo di comunicazione del cambiamento
- Gli errori da non commettere

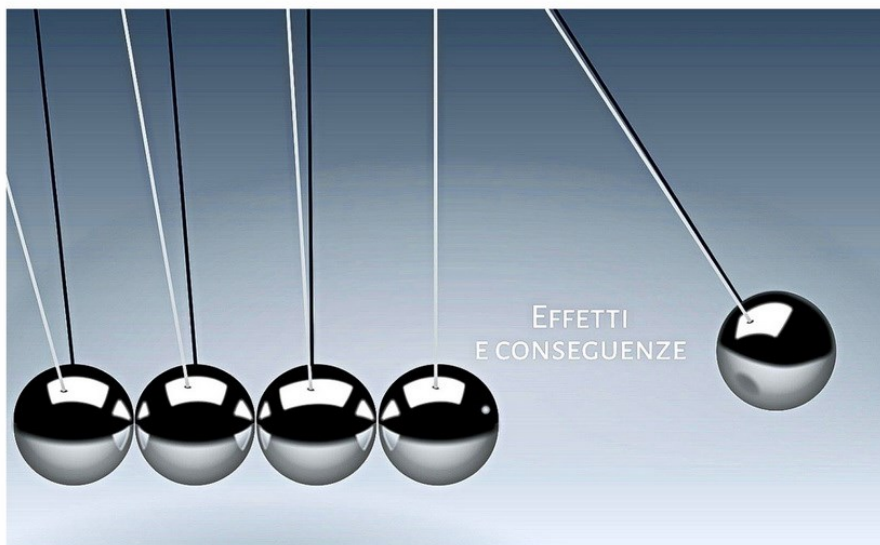
### Obiettivi

- Trasmettere consapevolezza, strumenti e "segreti" del mestiere per guidare e gestire in modo efficace le situazioni di cambiamento e trasformazione in azienda, in particolare, comprendere e apprendere:
  - Cos'è il cambiamento in azienda
  - Gli step da percorrere per gestire e affrontare il cambiamento in modo efficace
  - Come comunicare in modo positivo e convincente il cambiamento da affrontare
  - La responsabilità dei diversi ruoli di fronte al cambiamento
  - Come gestire i champion e i detrattori del cambiamento

## LEADERSHIP & PEOPLE MANAGEMENT

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

Personal Trainer: Dott. Antonio Messina



La gestione dei collaboratori è una delle sfide principali di ogni Manager.

Una cosa è saper fare bene il proprio mestiere e un'altra è saper portare un team di persone eterogenee, con personalità, background, esperienze e capacità differenti a ottenere i risultati desiderati.












Avere consenso, autorevolezza riconosciuta e collaboratori che sono follower attivi è la base della leadership di ogni Manager di successo.

Le aziende che hanno una cultura manageriale superiore hanno migliori risultati in termini di business e di engagement delle persone.






Il corso crea consapevolezza e fornisce conoscenze, strumenti e "segreti" del mestiere per gestire e motivare i collaboratori.

Un approccio pilota al tema formativo, del tutto diverso ed inedito. Non solo saper comandare, ma saper usare "il comando dinamico".

### Argomenti

-  Costruire una relazione di fiducia con i propri collaboratori
-  Sviluppare la capacità di acquisire consenso
-  Autorità vs Autorevolezza
-  Cos'è la motivazione e come si migliora l'engagement delle persone
-  Le responsabilità del Manager nella gestione e motivazione delle persone
-  Comunicare in modo efficace con i propri collaboratori
-  Saper fornire riconoscimenti e feedback positivi e costruttivi
-  Condividere gli obiettivi con ciascun collaboratore e responsabilizzarli al raggiungimento degli stessi
-  Comprendere i meccanismi del gioco di squadra e favorire la collaborazione tra le persone
-  Delegare ai propri collaboratori in base al loro livello di maturità tecnica e comportamentale
-  Esercitazioni e schede di autovalutazione

### Obiettivi

-  Come costruire una relazione di fiducia con i propri collaboratori
-  Come fornire feedback costruttivi e motivare al contempo i propri collaboratori
-  Come condividere gli obiettivi e responsabilizzare i propri collaboratori
-  Come favorire la collaborazione e il gioco di squadra
-  Come delegare ai propri collaboratori

## RESPONSABILITÀ & COLLABORAZIONE

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

**Personal Trainer: Dott. Antonio Messina**



Nelle aziende il senso del dovere è molto diffuso, dall'Imprenditore, ai Manager e ai collaboratori.

Ma il senso di responsabilità?

Quante sono in azienda le persone, a tutti i livelli, che nei fatti rispondono degli effetti e delle conseguenze delle proprie azioni? Quanto è diffuso il gioco dello "scaricabarile" e della lamentela sterile?

E quante sono le persone che sanno collaborare, nel senso di "laborare cum"?

Quante fanno davvero gioco di squadra?

Saper collaborare è frutto di un metodo e di un miglioramento continuo personale.

Il corso crea consapevolezza e fornisce conoscenze, strumenti e "segreti" del mestiere per assumersi le responsabilità dei propri comportamenti e dei risultati ottenuti, nonché per apprendere un metodo per collaborare in modo efficace e davvero fare gioco di squadra.

Esercitazioni e schede di autovalutazione aiuteranno a prendere maggiore consapevolezza sul senso di responsabilità e sulla collaborazione, oltre ad essere un utile strumento di sviluppo personale.

Metodologia pratica molto spinta ed esercitazioni orientate agli obiettivi utili.

Seminario davvero unico nel suo genere, una vera e propria anteprima formativa, di livello internazionale.

### Argomenti

- SCIENTIFICA Cos'è il senso di responsabilità
- SCIENTIFICA Assumersi la responsabilità dei risultati che otteniamo
- SCIENTIFICA Il linguaggio del senso di responsabilità
- SCIENTIFICA Le caratteristiche della squadra
- SCIENTIFICA Il processo e il metodo per una collaborazione efficace: La motivazione, La comprensione, L'interazione, La Responsabilità e L'autosviluppo
- SCIENTIFICA La comunicazione efficace per favorire la collaborazione
- SCIENTIFICA Test di autovalutazione sul livello di collaborazione ed esercitazione

### Obiettivi

- SCIENTIFICA Cos'è il senso di responsabilità
- SCIENTIFICA Le azioni da mettere in atto quando si ha senso di responsabilità
- SCIENTIFICA Il linguaggio del senso di responsabilità
- SCIENTIFICA Come mettere in pratica il metodo "Co-Labor-Action" della collaborazione efficace
- SCIENTIFICA Qual è il mio grado di collaborazione e le mie aree di miglioramento

## **LA SQUADRA IL SEGRETO DEI TEAM EFFICACI**

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

**Personal Trainer: Dott. Antonio Messina**



Il Team si dimostra, nella attuale società, la forma organizzativa dominante del futuro e in più contesti: impresa, politica, sanità, ricerca, volontariato e altro.

Oggi, nella complessa società in cui viviamo, nessun individuo può affrontare da solo un lavoro impegnativo, in tempi ristretti, come affermano gli studiosi del management. Così come certe mansioni non si possono svolgere, senza il concorso di diverse professionalità, specializzazioni, competenze e talenti.

La creatività, la ricerca e lo sviluppo, infatti, non possono essere presenti, in misura rilevante, in un singolo individuo, ma sono l'espressione di più cervelli.

Un uomo solo non fa la differenza e la capacità di lavorare in team si può imparare e sviluppare.

Affinché un insieme di persone, però, diventi realmente una "squadra" (cosa molta diversa dalla semplice sommatoria di più individui) è indispensabile saper costruire un clima fatto di coesione, di condivisione, scambio e soprattutto di norme, valori e obiettivi comuni.

Infatti, "lavoro di squadra" vuol dire costruzione di un gruppo di lavoro coeso. Vale a dire, un processo di aggregazione di un particolare insieme di persone che mira a utilizzare, al massimo, le capacità personali e professionali, nonché i talenti e le competenze specifiche di ognuno ed emergenti nella stessa dinamica di squadra: in funzione del conseguimento degli obiettivi che il gruppo stesso si pone.

Pertanto, il processo di trasformazione che porta un insieme di persone a diventare squadra è complesso: poiché lo scopo del team non è perseguire l'obiettivo di un singolo componente, ma essenzialmente un obiettivo comune e perciò condiviso.

In questo senso, dal 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 della interdipendenza ("tutti per uno e uno per tutti").

Ogni gruppo di lavoro, ovunque operi, può diventare un team:

se bene orientato e se ogni singolo componente è aperto a mettersi in gioco e utilizzare al massimo le proprie capacità. Soddisfacendo obiettivi personali, della squadra e dell'organizzazione a cui appartiene.











Tutto il know how indispensabile per riuscire a fare di un gruppo una vera e propria "squadra".

Un solo individuo non fa la differenza, una squadra invece sì, specialmente nel lavoro. E la capacità di lavorare in team si può imparare e sviluppare.


Questo seminario spiega come.

Solo un gruppo di lavoro con "gioco" di squadra è un gruppo vincente: un valore aggiunto indispensabile per il futuro.

### **Argomenti**

-  Cos'è una squadra.
-  Dalla dipendenza all'interdipendenza.
-  Le caratteristiche della squadra di successo.
-  Le qualità di un team efficace: la motivazione dei componenti.
-  Le qualità di un team efficace: la comprensione delle "regole del gioco".
-  Le qualità di un team efficace: l'interazione tra le persone.
-  Le qualità di un team efficace: il senso di responsabilità.
-  Le qualità di un team efficace: la valorizzazione di sé stessi.
-  Il leader di squadra e il suo ruolo: uomo simbolo del team.
-  L'importanza dei valori primari, condivisi, dei team di successo.

### **Obiettivi**

-  Fornire strumenti e "segreti" per trasformare un gruppo di lavoro in una squadra coesa e in costante sinergia, per fini comuni e condivisi.

## L'ARTE DI SAPER DARE FEEDBACK

Seminario-laboratorio di 2 giornate.

**Personal Trainer: Dott. Antonio Messina**



Saper dare feedback non è facile, sia che si tratti di feedback positivi che costruttivi.

Quando si tratta di far notare a un proprio collaboratore che non ha fatto bene qualcosa, che deve migliorare un comportamento o un risultato, il Manager teme di “perdere” il Collaboratore stesso, perché potrebbe offendersi, arrabbiarsi o demotivarsi.








Dare feedback in realtà è una delle responsabilità manageriali e delle attività principali di un bravo Manager.

Esiste una tecnica specifica che può essere appresa e che rende il feedback un momento costruttivo in cui si rafforza e si consolida la relazione capo-collaboratore.


Questa tecnica può essere allenata attraverso l'esercizio e il corso infatti prevede una serie di simulazioni di colloqui di feedback del Manager con il proprio Collaboratore.

Il corso inoltre crea consapevolezza e fornisce conoscenze, strumenti e “segreti” del mestiere, per gestire e motivare i Collaboratori.

### **Argomenti**

-  La sospensione del giudizio
-  Cos'è un feedback
-  Lo schema del feedback positivo
-  Lo schema del feedback costruttivo
-  I quindici segreti del feedback
-  Cosa deve essere trasmesso con chiarezza durante il feedback
-  Laboratorio feedback: esercitazioni capo-collaboratore e debriefing

### **Obiettivi**

-  Trasmettere consapevolezza, strumenti e “segreti” del mestiere per imparare e allenare le tecniche del feedback sia positivo e costruttivo, trasformandolo in un momento di rafforzamento della relazione tra capo e collaboratore.

## COMPORAMENTI & STRATEGIE NEI RAPPORTI CON I FIGLI LE SFIDE DELLA CRESCITA

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Giovanna Pagani**



"Come si fa a educare e crescere i Figli?"

Forse una delle domande più antiche e più ricorrenti della storia dell'Umanità, probabilmente, destinata a rimanere aperta e sospesa per sempre, perché, già in partenza, non vi può essere una sola risposta unica e tanto meno una panacea universale utile per tutte le stagioni della vita.

Essere Genitori, infatti, non si può ridurre all'interpretazione di un copione a soggetto, perché oltre a impegno e tempo, ci vuole soprattutto amore, e l'amore, quello vero, tutto può essere meno che prevedibile e programmabile.

Anche saper organizzare puntualmente ogni aspetto e pianificare strategicamente ogni dettaglio operativo non può bastare: essere Madri e Padri non significa affatto essere solo bravi "Managers dei propri Figli". Non si tratta, infatti, né di un lavoro né di un ruolo, semmai più di una "missione".

Il ruolo di educatore, soprattutto negli ultimi anni, è diventato sempre più complesso e difficile.












Per questo, è importante cogliere l'opportunità di condividere le esperienze dirette, sperimentate sul campo, per riscoprire e valorizzare il senso profondo dell'educazione e il compito, la sfida, la missione dell'educare. Nel percorso della crescita educativa non si può e non si deve più procedere sempre da soli, ma è necessario uno sforzo comune, una condivisione di intenti, un'azione sinergica tra scuola, famiglia e comunità.

Nell'era digitale, poi, i bambini e i ragazzi si trovano ad affrontare le sfide della loro crescita confrontandosi fin troppo spesso con i social e con internet limitando le reali e concrete esperienze di vita con gli altri e con la stessa realtà fisica. L'impegno del Genitore educatore è di guardarli, di prepararli e di






allenarli ad "attrezzarsi" e a "corazzarsi", per affrontare con consapevolezza e resilienza il loro futuro.

In una giornata, questo seminario, si impegna ad offrire tutti gli spunti fondamentali per farlo: una serie di "visioni nuove" per agire e per crescere.

### **Argomenti**

-  Il ruolo dei genitori.
-  Il rapporto con la scuola.
-  Le regole condivise.
-  Il rispetto reciproco.
-  La motivazione.
-  La gestione delle obiezioni.
-  La comunicazione e l'ascolto.
-  La famiglia.
-  Le comunità educanti.
-  Lo sviluppo sociale e morale (coscienza civica).
-  L'affettività.

### **Obiettivi**

-  Trovarsi a proprio agio in ogni situazione anche critica, conflittuale e inaspettata.
-  Essere in grado di affrontare e gestire le obiezioni e gli antagonismi emotivi.
-  Saper organizzare i tempi di crescita comune.
-  Creare un ambiente di vita e di crescita sereno.
-  Concordare atteggiamenti e strategie di intervento genitoriali comuni, anche attraverso la collaborazione scuola – famiglia.

## OSPITALITA' & CONTROLLO DELLA RISTORAZIONE ALIMENTARE

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Marco Refrigeri**



Che cosa vuol dire Ospitalità?

Ospitalità può significare molte "cose" e altrettanti risvolti, ma, al di là di tutto, non può non coincidere con il suo stesso scopo primario e il conseguente, implicito, risultato atteso: la soddisfazione dell'Ospite Cliente.

Obiettivo determinante che non si può raggiungere senza i due elementi cardine portanti: la preparazione ed il controllo.

In questo sforzo quotidiano, innumerevoli sono gli aspetti coinvolti: il servizio, i prodotti offerti, l'ambiente, l'arredo, il clima, la temperatura, il godimento protetto, il rapporto interpersonale, la qualità e la varietà dell'offerta in generale, il Personale, la sicurezza e altri ancora.

Tutti aspetti che, per raggiungere lo standard "zero difetti", richiedono una qualità umana imprescindibile: la professionalità.

Questo scenario oggettivo, indispensabile per ogni tipo di Ospitalità e Ristorazione alimentare, indipendentemente dalla location e dalla sua mission, richiede una qualità di impegno e di prestazioni che solo una formazione accurata e appropriata può restituire, dove l'improvvisazione non può coesistere, pena il mancato successo e la frustrazione degli obiettivi.

Questo seminario è stato studiato appositamente per riuscire a dare, in una sola giornata, una risposta valida a tutti questi requisiti necessari ed un know how avanzato corrispondente: un valore aggiunto che può portare una consistenza di vantaggi diversi, sia a realtà ristorative già affermate che ad attività ancora in fase di decollo.

### Argomenti

- Il cibo: ricerca, selezione, ricevimento e conservazione
- Sistemi di scongelamento e monitoraggio
- Lavorazione del cibo: preparazione, mantenimento,

cottura e riscaldamento

- Abbattimento di temperatura alimentare
- Mantenimento e monitoraggio durante la preparazione degli alimenti
- Igiene personale e prevenzione in caso di epidemia
- Allergeni e "Food advisory"
- Eventi esterni "Catering"
- Attrezzature e utensili a garanzia per una corretta igiene alimentare
- Protocollo Covid-19 a bordo
- Controllo, prevenzione e monitoraggio degli insetti e degli "ospiti" indesiderati nelle aree sensibili
- Inventario delle risorse necessarie e gestione degli acquisti
- Controllo degli standard di qualità e dei budget di spesa
- Sicurezza delle risorse fisiche
- Formazione e gestione diversificata dei Collaboratori: il top performer e il problematico anche in relazione alla multietnicità
- Monitoraggio delle prestazioni finanziarie
- Soddisfazione ottimale degli Ospiti
- Analisi di potenziali di vendita e redditività inespressi
- Ricerca e sviluppo di nuove iniziative per il futuro
- Risoluzione di problemi e imprevisti
- Pianificazione e check costante delle attività
- Rispetto del protocollo e dell'impostazione HACCP
- Pubbliche Relazioni e Public Affair
- "Consigli per gli acquisti"

### Obiettivi

- Approfondire e acquisire il più qualificato know-how per prestazioni professionali di standard internazionale nella Ristorazione e nell'Ospitalità



## COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA ARMA LETALE DELLA NOSTRA EPOCA

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

Personal Trainer: Riccardo Rosignoli



Sono tanti i fenomeni sociali che affollano l'epoca attuale, ma ve ne è uno più dominante degli altri: la Comunicazione.

Ormai è quasi diventato difficile riuscire a trovare "qualcosa" che non venga denominato Comunicazione o che si ritenga non abbia a che fare con la stessa.

La Comunicazione coinvolge molteplici aspetti: l'Immagine pubblica e personale, il Look, il Comportamento, il Marketing, le Pubbliche Relazioni, la Promozione, la Pubblicità, la Politica, il Cinema, il Teatro, l'Arte, la Divulgazione scientifica e storica, la Musica, la Moda e tanti altri ancora.

La diffusione poi di PC, Internet e dei Cellulari non ha fatto altro che rafforzarne intensità e frequenza d'uso, fino a farla crescere in modo esponenziale.

La Comunicazione oggi è un fenomeno ormai quotidiano che, a scopo privato e/o professionale, riesce a coinvolgere chiunque.

Quasi quasi: "Chi non comunica non esiste".

Infinite possono essere le modalità a seconda dei Pubblici di riferimento, molti sono i tipi di Comunicazione in base ai mezzi usati.


E tra questi ve ne è uno in particolare che, per incisività e memorabilità, sembra essersi affermato e prevalere in particolar modo: la Comunicazione Audiovisiva.


Infatti oggi i "video" sono tra gli strumenti più usati, a tutti i livelli: privato, professionale e amatoriale. Basti pensare alle principali opportunità d'uso periodico e reiterato: siti web, social (facebook), you tube, chat, webinar, videoconferenze, meeting, etc..

Tanto più che le nuove generazioni degli stessi smartphone hanno contribuito non poco, con tecnologia facilitata, ad abbassare la soglia di difficoltà di accesso alle "videoriprese" in proprio.


Questo seminario approfondisce proprio tutti gli aspetti, più sensibili e salienti, di come creare e produrre Comunicazione Audiovisiva "on demand", in modo facile, rapido, indipendente, di alto livello e accessibile a tutti.

### Argomenti


 Videoriprendere: il significato e il perchè.

 **La preparazione:**


l'idea, il soggetto, il trattamento, la scaletta, la sceneggiatura, il casting, la location, la cinepresa, l'ambientazione, la scenografia, i costumi, il look, la tempistica delle sequenze, la durata del video finale, "il colpo di teatro", l'apertura, la chiusura, il budget, il Pubblico destinatario prevalente.


 **L'azione:**

la ripresa, il sonoro, la recitazione, l'inquadratura, l'illuminotecnica, la fotografia, la scenotecnica, il trucco.


 **La realizzazione:**


il montaggio, la musica, la colonna sonora, gli effetti speciali, i titoli di coda, i formati, i supporti, la presentazione, la distribuzione, la diffusione, la pubblicazione on line.

 I "segreti" fondamentali da non dimenticare mai.

 I problemi più ricorrenti.


 Un esempio pratico, tipico e frequente.


 "Consigli per gli acquisti": suggerimenti.

 Il futuro della Comunicazione Audiovisiva:

le applicazioni nuove ed emergenti.

### Obiettivi

 Saper realizzare video, anche brevi, in modo autonomo, di alta qualità e di stampo professionale, per i diversi utilizzi finali.

 Conoscere tutte le tecniche e i segreti principali della videoripresa.

## TEMI & PRINCIPI DI CUCINA CREATIVA IL TUTTO CON IL NIENTE

Seminario-laboratorio di 1 giornata.

**Personal Trainer: Chef Viviana Spagnuolo**



Con la Letteratura, la Musica, la Pittura, la Poesia, la Scultura e il Cinema, la Cucina è considerata tra le prime sette principali forme storiche di espressione artistica dell'Umanità, e forse tra le più intime e frequentate, per necessità e piacere, proprio da sempre e da tutti.

Non poco.

Ma diventare "artisti della Cucina" è così facile e immediato?

La risposta è semplice e unica: no. Per quanto a un primo approccio, anche premiante, possa sembrare di semplice accesso, la Cucina è da considerarsi, a tutti gli effetti, una vera e propria disciplina del Sapere, che, più che mai a livello professionale, richiede studio, preparazione e pratica, né più né meno di altre materie.

Lo sanno bene da quasi 100.000 anni, dalla comparsa conosciuta dell'Umanità sulla Terra, tutte le Casalinghe del mondo che, da sempre ogni giorno, a scopo di bisogno o di diletto, preparano il cibo per le proprie Famiglie, inventandosi di tutto e di più per renderlo più gradevole.

Infatti fin che si tratta di antipasti e primi elementari e piatti tradizionali noti a memoria tutto fila abbastanza liscio, ma poi se si passa a secondi che richiedono tecniche più specifiche o alla pasticceria che, addirittura, si avvicina spesso a procedure chimiche, allora si comprende che la sola passione non può bastare, e ci si deve fermare a un preciso limite di competenza.

Cucinare non è un gesto spontaneo di un ipotetico "organo involontario": saper cucinare significa conoscenza.

Ma allora chi non può studiare deve, per forza, rassegnarsi a vedere frustrato il proprio "amore per la Cucina"?

No, assolutamente, no. Si può fare invece molto e anche di più.

Proprio questo, raro e unico, seminario ne interpreta la risposta migliore.

Tutti, ma proprio tutti, Imprenditori e Professionisti, che non hanno il tempo necessario, possono comunque riuscire a trovare uno sbocco eccellente alla propria passione per la Cucina.

Dopo una sola giornata, forse non si diventerà Chef stellati, ma certamente si saprà fare, in modo creativo, "cose" meravigliose: proprio "il tutto con il niente".

### Argomenti

- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Temi e Principi fondamentali di Cucina
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Il Sapore, l'Odore, la Vista il Tatto e la consistenza
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Alle radici del Gusto: il salato, il dolce, l'amaro, il piccante, l'acido/aspro e l'umami
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Gli Aromi: le spezie, le erbe aromatiche e le piante speciali
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA I Sali: i salgemma e i sali marini
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA I Sapori dell'Umanità: le Miscele storiche del mondo, le più utili
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Gli abbinamenti storici più riusciti e quelli inediti
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Il Segreto storico dei piatti vincenti, i concetti prevalenti: 1 o 2 sapori dominanti, incisivi e riconoscibili, pochi ingredienti (3-5), esclusione di troppi bilanciamenti e di antagonisti di gusto, "piacere molto a molti e poco a pochi"
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Guida, esempi e rivelazioni per creazioni semplici ma sorprendenti e indimenticabili
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA "Consigli per gli acquisti"

### Obiettivi

- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Acquisizione delle conoscenze culinarie fondamentali che consentano l'autonomia e l'indipendenza per una Cucina creativa personale e di alto livello
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Impadronirsi di una cultura creativa avanzata in Cucina
- § SCUOLA MEDICO SCIENTIFICA Saper scegliere e dominare sapori ed odori