



Titolo del percorso

INTELLIGENZA EMOTIVA

Obiettivi e finalità

In un contesto socioeconomico e politico in continua evoluzione e cambiamento, dove la rivoluzione digitale e l'Intelligenza artificiale rendono velocemente obsoleti processi e procedure, viene richiesto alle persone e alle aziende di sviluppare nuove competenze sia hard che soft e di sviluppare capacità relazionali-emotive, non sostituibili dalle macchine.

Nello scenario attuale, si rendono sempre più necessari un nuovo approccio alle persone e nuovi modelli di leadership, che consentano di porre al centro la crescita delle persone come veicolo dello sviluppo dell'organizzazione stessa, privilegiando il coinvolgimento delle persone e la loro crescita personale e professionale, puntando sul potenziamento delle capacità.

Chi ha la responsabilità di gestire persone e gruppi di lavoro deve necessariamente essere in grado di coinvolgere e ispirare gli altri, quindi maggiormente empatico e capace di costruire una visione, in modo da favorire un cambiamento culturale all'interno dell'azienda.

Il corso si pone i seguenti obiettivi formativi:

- comprendere il significato dell'Intelligenza Emotiva e l'impatto sulla performance personale e di team;
- allenare le capacità emotive e relazionali per gestire il continuo cambiamento e la crescente complessità in maniera sostenibile e innovativa;
- migliorare, attraverso lo sviluppo dell'Intelligenza Emotiva, le capacità di motivazione e gestione delle risorse umane;
- imparare a gestire le proprie emozioni in situazioni di stress;
- imparare a gestire i conflitti interni al team e creare uno spazio di lavoro equilibrato, sostenibile e proficuo.

Moduli e contenuti

Modulo 1 – Intelligenza Emotiva per la performance

L'Intelligenza Emotiva non è una sostituta dell'intelligenza tradizionale, non rimpiazza le competenze

tecniche ma integra e rafforza le competenze manageriali e gestionali.

Cos'è e come si sviluppa l'Intelligenza Emotiva? Allenarsi all'Intelligenza Emotiva secondo il modello di Six Seconds. Self Awareness, Self Management e Self Direction (come gestire se stessi, sviluppare un atteggiamento proattivo e accrescere l'empatia). Gestire lo stress.

Modulo 2 – Sviluppare la relazione

Per lavorare bene in team e sapere coinvolgere e guidare i propri collaboratori è necessario allenare le capacità emotive e relazionali al fine di creare relazioni professionali più solide.

Ascolto attivo. Stabilire Fiducia. Comunicazione diretta e feedback. Comprendere le emozioni e le reazioni. Gestire le emozioni.

REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



Regione
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

Modulo 3 – Sviluppare il team

La capacità di saper lavorare con gli altri è una delle competenze più utili e ricercate per un professionista e un manager. Per sviluppare un team di lavoro efficace è necessario stabilire degli obiettivi condivisi e che abbiano un significato per il team, creando un clima di condivisione e fiducia. Le 5 disfunzioni del team. Fissare un obiettivo. Creare un clima di fiducia. Costruire una cultura del feedback. Le tre virtù di un team player ideale: Umile, Appassionato, Brillante.

Modulo 4 – Gestire i conflitti

Imparare a gestire i conflitti può diventare un'occasione di confronto, crescita e innovazione tra i membri del team.

Il significato del conflitto. La gestione del conflitto. L'impatto emotivo nel conflitto (comprendere le emozioni, gestire le emozioni, sviluppare l'empatia). La comunicazione nel conflitto (ascolto attivo, comunicazione assertiva, ricevere e dare feedback). Strategie di negoziazione. Cenni alla Comunicazione Non Violenta.

Durata del percorso

40 ore

Costo per partecipante

€ 2000



Titolo del percorso

DIGITAL SKILL PER LA COMUNICAZIONE E LO SVILUPPO DEL BUSINESS

Obiettivi e finalità

Le competenze digitali (digital skill) sono le capacità necessarie alle aziende che devono affrontare la prepotente trasformazione in atto, coglierne tutte le opportunità e gestire il cambiamento. Secondo recenti ricerche scientifiche, soltanto il 41% delle imprese è corso ai ripari con programmi di formazione specializzati sui temi quali la comunicazione digitale e l'uso di strumenti online per comunicare, relazionarsi, posizionarsi, raggiungere i clienti in ambito digitale e gestire la customer care. Si rende necessario acquisire competenze per poter gestire il digitale in azienda, posizionarsi e comunicare in maniera corretta nell'era dei social, in quanto un uso scorretto di questi strumenti potrebbe arrecare danno all'intera organizzazione.

Il corso si pone i seguenti obiettivi formativi:

- costruire una corretta strategia di comunicazione digitale e social;
- padroneggiare gli strumenti web e social;
- saper gestire i contenuti sui social;
- comprendere le differenze tra scrittura online e tradizionale;
- scoprire e testare le tecniche di scrittura per il Web e i social;
- sviluppare relazioni professionali e vendite tramite il canale digitale.

Moduli e contenuti

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DIGITALE D'IMPRESA

Cos'è la comunicazione digitale? I quattro touchpoint. Il modello hub & spoke: la strategia di comunicazione integrata con al centro il sito Web. La scelta dei canali social a seconda delle specificità e degli obiettivi. L'analisi della domanda del cliente. Le quattro leve che muovono i clienti.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Cos'è il social media management. La scelta dei canali e delle strategie. Gli strumenti di social media automation. Il metodo C.A.R.P. per rispondere alle critiche online.

SCRIVERE PER IL WEB E DIGITAL STORYTELLING

Introduzione al Web writing. Differenze tra scrittura online e offline. Come legge il lettore online? Le caratteristiche dei testi offline. Buyer personas dei lettori. La scrittura persuasiva. Come si scrive un titolo efficace.

SOCIAL SELLING SU LINKEDIN

Parte prima: il profilo personale. Che cos'è LinkedIn, a chi e a cosa serve davvero? I motivi per cui vale la pena esserci. L'ottimizzazione del profilo personale (foto, job title, cover, comunicazioni, impostazioni di privacy ecc.). Illustrazione del metodo LINKEDIN10C. La ricerca e l'uso strategico delle keyword. Trucchi e strategie per far funzionare il profilo, per farsi trovare.

REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



UNIONE EUROPEA

Fondo sociale europeo



Regione
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

CONTENT MARKETING SU LINKEDIN

L'algoritmo di LinkedIn. Come funziona, come "ragiona" l'algoritmo. Contenuti che funzionano su LinkedIn. Differenza tra post e articoli. Errori da evitare. Come promuovere i contenuti LinkedIn a pagamento. Criteri di targhettizzazione di LinkedIn.

NEWSLETTER E DEM EFFICACI

Introduzione (differenza tra newsletter e DEM, interazione con i social network). Gli obiettivi di una newsletter. Statistiche sull'uso e la lettura delle newsletter. Layout e impostazione dei testi. Integrare immagini e video. Evitare di finire nello spam. 10 errori da non fare.

Durata del percorso

40 ore

Costo per partecipante

€ 2000



Titolo del percorso

COMUNICAZIONE STRATEGICA

Obiettivi e finalità

Questo percorso è stato ideato per governare i processi di comunicazione con piena consapevolezza.

Buona parte del nostro successo lavorativo dipende, infatti, dalle relazioni che riusciamo a instaurare con i vari interlocutori, interni ed esterni all'azienda; possedere metodi e strategie di comunicazione è fondamentale per migliorare le relazioni professionali con i nostri interlocutori. Imparare a comunicare in modo strategico significa essere in grado di comprendere il nostro interlocutore, identificare i suoi reali bisogni e le sue vere aspettative. Solo attraverso un efficace metodo di comunicazione strategica riusciremo a comprendere e soddisfare i desideri dell'interlocutore. Si riscontra sempre più nelle organizzazioni l'esigenza di formare in modo pratico le persone che, nell'esercizio delle loro mansioni / funzioni, devono relazionarsi con interlocutori esterni.

Il percorso formativo si pone i seguenti obiettivi:

- fornire un approccio metodologico alla comunicazione strategica;
- aumentare la propria capacità comunicativa allineando i canali della comunicazione;
- decifrare lo stato d'animo del nostro interlocutore e recuperare le informazioni basilari per entrare in rapporto in maniera empatica;
- superare i propri bias cognitivi e quelli degli altri;
- gestire situazioni complesse con l'arte delle domande strategiche;
- saper ascoltare in modo pro-attivo le necessità del cliente;
- saper descrivere in modo efficace e conciso il proprio servizio o prodotto in base alle esigenze del cliente;
- applicare le tecniche per costruire relazioni con i clienti e rimanere in contatto con esso.

Moduli e contenuti

Modulo 1

L'abbondanza d'informazioni di cui oggi disponiamo comporta il saper discernere quali siano davvero importanti per il nostro obiettivo. Acquisire anche competenze di comunicazione non verbale permette di recuperare informazioni determinanti sullo stato d'animo delle persone e sulle associazioni emotive che in esse si creano.

- Gli elementi della comunicazione. Il pregiudizio neurale e l'arte dell'empatia. La prossemica. Segnali di tensione o gradimento. Come gestire le obiezioni. Come negoziare gestendo lo stress.



Modulo 2

Obiettivo di questo modulo è imparare a porre domande strategiche per elicitare le informazioni utili a conseguire i propri obiettivi, che permetteranno calibrare e soddisfare le esigenze del nostro interlocutore.

- Le caratteristiche delle Domande Strategiche. Le categorie delle Domande Strategiche. I Bias cognitivi e il loro superamento. Negoziare e vendere con le domande.

Modulo 3

Occorre sviluppare una comunicazione strategica adeguata a ottenere credibilità e per trasmettere il nostro valore all'interlocutore. Altrettanto importante è saper gestire le obiezioni ed i dubbi che l'interlocutore può avanzare durante la comunicazione.

- Ottenere credibilità fin da subito. Scoprire i bisogni nascosti. Comunicare valore. Gestire i dubbi. Ottenere l'impegno a mantenere la relazione.

Modulo 4

Per ottenere la fiducia dell'interlocutore è necessario lavorare su di sé, per analizzare e prevenire i punti nevralgici che potrebbero verificarsi durante la relazione. L'aspetto più importante su cui lavorare è il coinvolgimento dell'altro sul piano emotivo e intellettuale.

- Le ragioni per negoziare. Gli ostacoli alla negoziazione. Le caratteristiche del buon negoziatore. Il ruolo e le competenze del negoziatore. La complessità negoziale. Etica della negoziazione. Tecniche di negoziazione. Esercizi pratici di negoziazione.

Durata del percorso

30 ore

Costo per partecipante

€ 1500



Titolo del percorso

LEADERSHIP

Obiettivi e finalità

In tempi di cambiamenti continui i ruoli manageriali devono trasformarsi in leadership; se un manager gestisce il presente, il leader guida i cambiamenti e supporta i collaboratori nell'evoluzione continua. Ai leader di oggi si chiede di motivare, allenare, sviluppare le competenze dei colleghi utilizzando le soft skill, una flessibilità cognitiva, una capacità di coinvolgere il team e sfidarlo a nuove soluzioni creative. La leadership che serve è quella che crea connessione fra le competenze individuali e le trasforma in know-how organizzativo, quella che guida i cambiamenti condividendo la vision e le strategie per il futuro e crea motivazioni e spirito di team per poter superare traguardi sfidanti. La realtà è complessa e molto sfaccettata e in continuo cambiamento: un solo modello di leadership non basta a coglierne le sfumature per affrontarla con tutti gli strumenti necessari. Il percorso formativo vuole offrire una panoramica delle leadership emergenti e delle competenze maggiormente ricercate sul mercato.

Nello specifico il percorso formativo si pone i seguenti obiettivi:

- conoscere il proprio stile di leadership attuale, applicare una griglia di diagnosi delle esigenze di sviluppo dei collaboratori;
- sviluppare una comprensione condivisa su ciò che comporta l'esercizio della leadership, quali convinzioni e comportamenti sono essenziali e quali devono cambiare;
- sviluppare la capacità di innovare combinata con le richieste dell'integrazione;
- favorire la creazione di team ad alte prestazioni attraverso l'abbandono di comportamenti che rappresentano un retaggio del passato e la costruzione di capacità di compiere scelte strategiche dure ed impegnative;
- sviluppare nuove skill di leadership, nonché capacità di motivare e gestire il team in un contesto in cambiamento continuo.

Moduli e contenuti

Modulo 1

La leadership situazionale fornisce ai leader modelli e riferimenti di comportamento concreti per gestire la prestazione dei propri collaboratori e consolidare la loro motivazione.

- Un modello di leadership per lo sviluppo dei collaboratori: la Leadership Situazionale. Le leve principali nella gestione dei collaboratori. Le capacità del leader: capacità di diagnosi e flessibilità. Capacità di analizzare la situazione e di valutare i bisogni evolutivi dei collaboratori. Diagnosticare il livello di sviluppo di un collaboratore. Capacità di adottare lo stile di leadership più adatto al raggiungimento degli obiettivi dell'organizzazione.

Modulo 2

L'Adaptive leadership permette alle organizzazioni e agli individui di avere successo in ambienti complessi e in periodi di cambiamento. Sviluppa la capacità di innovare e favorisce la creazione di team ad alte prestazioni attraverso l'abbandono di comportamenti che sono retaggio del passato e

REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



Regione
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

la costruzione di capacità di compiere scelte strategiche.

- Adaptive leadership e le leadership trasformazionali. Distinguere la Leadership dall'Autorità. Distinguere i problemi tecnici da quelli adattivi. Diagnosticare e finalizzare la sfida Adattiva. Personalizzare la sfida Adattiva. Gli strumenti per una leadership adattiva.

Modulo 3

In un mondo sempre più volatile, incerto, complesso ed ambiguo è diventato necessario adattarsi in permanenza al contesto operativo. Come comunicare nell'incertezza? Come creare le condizioni per risolvere problemi complessi? Come fare leva sull'ambiguità di una determinata situazione? Sono alcune domande che troveranno risposta all'interno di questo modulo.

Modulo 4

Come ottenere, con la leadership, maggior engagement dalle persone; acquisire una leadership empatica che sa riconoscere l'emozione dei collaboratori ed è in grado di sintonizzarsi sulla stessa lunghezza d'onda per comunicare ed influenzare più efficacemente.

Durata del percorso

40 ore

Costo per partecipante

€ 2000



Titolo del percorso

RIPENSARE LA FUNZIONE HR

Obiettivi e finalità

La Funzione HR deve sempre più focalizzarsi sulla capacità organizzativa di rispondere ad uno scenario dove il cambiamento, anche tecnologico e digitale, è un protagonista costante. Per fare ciò è necessario che la Funzione si ponga come Business Partner strategico per la propria Organizzazione, contribuendo a renderla sempre più flessibile e resiliente, attraverso una costante azione di potenziamento del valore portato dalle persone, anche attraverso una ridefinizione delle competenze chiave. La Funzione HR dovrà essere composta da persone con rilevante conoscenza del business, orientate al benessere dei dipendenti, pratiche, flessibili, vivaci intellettualmente e, soprattutto, coraggiose nell'affrontare trasformazioni anche complesse, favorendo il dialogo e la collaborazione con i vertici aziendali. Il percorso formativo si pone l'obiettivo di favorire nei partecipanti una nuova visione della Funzione HR, in linea con le attuali esigenze aziendali.

In particolare:

- favorire lo sviluppo di una Funzione HR intesa come Business Partner, in grado di gestire con competenza la complessità;
- acquisire capacità di gestione dei conflitti e apprendere l'utilizzo di tecniche e strumenti efficaci per favorire una proficua interazione tra le diverse generazioni in azienda;
- apprendere quali sono le competenze strategiche del futuro e le diverse modalità di valutazione delle competenze;
- acquisire tecniche di employer branding;
- analizzare i molteplici approcci al processo di valutazione, individuale e collettivo;
- acquisire tecniche di gestione del personale che migliorino la qualità delle dinamiche interpersonali;
- scoprire le dinamiche e i modelli di leadership e la figura del leader come vero promotore di un percorso di cambiamento.

Moduli e contenuti

Modulo 1 – Traiettorie Sociali, Effetti sulla Funzione HR e Strumenti di Gestione

- Le generazioni in azienda;
- Culture generazionali e valori nella gestione delle risorse umane;
- Invecchiamento, lavoro e implicazioni organizzative;
- Gestione della convivenza organizzativa e della transizione;
- Possibili strumenti di gestione e integrazione;
- Nuovi scenari e responsabilità della Funzione HR.

Modulo 2 – Le nuove frontiere del Recruiting e della Selezione

- Ricerca e selezione del personale nell'era digitale;
- Quali competenze individuare e valutare in epoca disruptive;



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

- Social reputation dei candidati;
- Tecniche di valutazione e di intervista;
- Un sistema di valutazione delle soft skill;
- Ottimizzazione del profilo LinkedIn;
- Employer branding e brand ambassador;
- Cercare talenti con LinkedIn.

Modulo 3 – Valutazione dei Risultati e Sistemi di Incentivazione

- La definizione degli obiettivi e la pianificazione dei processi di valutazione;
- I sistemi per la valutazione della performance individuale ed organizzativa ed il riconoscimento dei risultati;
- Sistemi di incentivazione e premio di risultato.

Modulo 4 – Le Relazioni nelle Organizzazioni

- La relazione nei nuovi modelli organizzativi;
- Lo smart working, le relazioni, la qualità e la misurazione del lavoro;
- Il ruolo della funzione HR nella gestione delle relazioni;
- La gestione del conflitto;
- La cultura del “feedback”;
- Le nuove frontiere delle relazioni industriali.

Modulo 5 – Sviluppo della Leadership e Change Management

- Modelli di leadership;
- La leadership come processo;
- Applicazioni pratiche della leadership nella funzione HR;
- Sistemi per lo sviluppo della leadership nelle organizzazioni;
- Percorsi e sistemi di change management.

Durata del percorso

40 ore

Costo per partecipante

€ 2000



Titolo del percorso

SUPERARE L'IMMUNITÀ AL CAMBIAMENTO

Obiettivi e finalità

Cambiare è un processo complesso. Quante volte si fanno buoni propositi che vengono sistematicamente disattesi, o nel migliore dei casi, durano la brevità di qualche giorno? Non agiamo il cambiamento perché qualcuno ci dice di cambiare, ma per poterlo fare davvero dobbiamo sviluppare una nuova intuizione, un nuovo scenario entro il quale pensiamo di sentirci meglio e più a nostro agio. I processi di cambiamento dei nostri comportamenti e di quelli che lavorano con noi, necessari per migliorare le prestazioni professionali, devono essere gestiti, guidati con un preciso metodo, affinché non si riduca tutto ad un semplice buon proponimento dall'incerta realizzazione. Il problema sta proprio nella difficoltà a colmare quel gap fra ciò che sembriamo desiderare in modo sincero e ciò che siamo davvero in grado di concretizzare. Lo scenario economico attuale richiede alle aziende e ai loro collaboratori di sviluppare nuove competenze, un nuovo approccio alle persone e ai problemi, al fine di favorire un cambiamento culturale all'interno dell'azienda. Il percorso formativo si pone l'obiettivo di fornire un metodo applicabile e concreto per gestire il processo di cambiamento, sia a livello personale che di team.

Nello specifico:

- superare la propria immunità al cambiamento e favorire il cambiamento anche all'interno del team;
- acquisire un metodo per superare l'immunità al cambiamento e liberare le potenzialità;
- coinvolgere il team, motivarlo e favorire la crescita delle persone;
- acquisire capacità emotive e relazionali utili a gestire il cambiamento.

Moduli e contenuti

Modulo 1

- L'immunità al cambiamento e le sue conseguenze;
- Immunità al cambiamento individuale e di team;
- Diagnosticare la propria immunità al cambiamento e quella del team.

Modulo 2

- Il metodo per superare l'immunità e sbloccare il potenziale;
- Esempi reali di applicazione pratica;
- Applicazione concreta in aula del metodo a livello individuale e di team;
- Come aiutare le persone a crescere.

Modulo 3

- Come coinvolgere e guidare i propri collaboratori;
- Ascolto attivo ed empatia;

REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



UNIONE EUROPEA

Fondo sociale europeo



Regione
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

- Comunicazione diretta e feedback.
- Sviluppare il team.

Modulo 4

- Gestire problemi e conflitti;
- L'impatto emotivo nel conflitto e nel cambiamento;
- Ascolto attivo e comunicazione assertiva.

Durata del percorso

30 ore

Costo per partecipante

€ 1500



Titolo del percorso

BENESSERE E WELFARE ORGANIZZATIVO

Obiettivi e finalità

Prendersi cura dei propri dipendenti, non solo nell'area professionale ma in tutte le aree di vita, rappresenta la chiave per raggiungere il successo organizzativo. Ogni lavoratore è portatore di un bagaglio personale di percezioni e aspettative che, se riconosciute, aumentano la soddisfazione, il senso di appartenenza e la produttività. Un ambiente di lavoro sano, in cui prevale l'attenzione al benessere personale e professionale con politiche di welfare, aumenta la produttività e la soddisfazione/efficacia tra i dipendenti. Affiancare alla cultura del welfare una cultura del benessere garantisce poi un valore aggiunto all'azienda: stare bene e sentirsi felici sul posto di lavoro è la formula per avere dipendenti valorizzati e performance di qualità.

Il percorso formativo si pone l'obiettivo di costruire un punto di partenza per tendere ad un continuo miglioramento e aumento del benessere.

In particolare:

- apprendere le metodologie necessarie per intraprendere un processo di osservazione e analisi della propria cultura aziendale;
- conoscere le caratteristiche principali di un buon clima organizzativo per poi trasferirle alla propria impresa;
- costruire un diffuso benessere organizzativo attraverso la cultura e l'utilizzo del feedback e il Peer Support come strategia per la promozione del benessere individuale e organizzativo;
- riconoscere i fattori generatori di stress per prevenirlo;
- promuovere politiche aziendali orientate ad interazioni sociali positive, definendo quali sono le azioni accettabili e quali no all'interno dell'Organizzazione;
- come gestire lo smart working.

Moduli e contenuti

Modulo 1

- Cultura organizzativa e condivisione dei valori;
- Percezione del lavoro e aspettative delle Persone;
- Clima organizzativo e modalità di rilevazione e gestione.

Modulo 2

- Feedback come un regalo e non come un giudizio;
- Un approccio per chiedere, fornire e ricevere un feedback;
- Praticare l'empatia nel feedback;
- La gestione delle emozioni nel feedback.



Modulo 3

- Cos'è, da dove nasce e a cosa serve il Peer Support;
- L'esperienza di altri settori dell'industria (Aviazione Civile, Controllori del Traffico aereo, Sanità);
- Come costruire un Peer Support efficace in azienda;
- I principi cardine del Colloquio di Peer Support;
- La formazione dei Peer;
- Il ruolo del Mental Health Professional.

Modulo 4

- Lo stress: conoscerlo per gestirlo;
- Le risposte di adattamento allo stress;
- Che cosa rende un evento stressante;
- L'evento stressante e il trauma;
- Gli antidoti allo stress.

Modulo 5

- Cosa si intende per violenza psicologica nelle Organizzazioni;
- Come si manifesta la violenza psicologica e quali sono le principali cause della violenza psicologica;
- Quali conseguenze personali, sociali ed economiche comporta la violenza psicologica;
- Come combattere la violenza psicologica nei luoghi di lavoro.

Modulo 6

- Da smart working a smart living: gestione delle relazioni familiari e della solitudine;
- Riconoscere, difendere e chiarire i confini tra vita privata e vita professionale per stabilire l'equilibrio;
- Il «no» positivo che fissa i confini;
- I fattori di salute organizzativa maggiormente implicati nella gestione dei confini.

Durata del percorso

40 ore

Costo per partecipante

€ 2000

REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



Regione
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

I FORMATORI

Massimiliano Bergomi

Laureato in Scienze Politiche e Psicologia Magistrale, è Ceo di Sesvil e Direttore Scientifico di Sesvil University. Esperto di lavoro e organizzazione, si occupa da oltre venticinque anni, come consulente senior e formatore professionista (iscritto al Registro AIF), dello sviluppo di Persone e Organizzazioni.

Cristiana Melis

Business & Executive Coach, Soft Skills Trainer, Assessor SEI in Intelligenza Emotiva, con undici anni di esperienza nell'ambito finanziario. Accompagna le persone, i team, gruppi di lavoro a focalizzarsi sull'obiettivo del progetto e a perseguirlo strategicamente per un funzionale sviluppo professionale e organizzativo. Supporta l'individuo nell'allenare le proprie competenze manageriali e strategiche, nel miglioramento delle capacità relazionali-emotive e di leadership, al fine di incrementare la performance personale e di team.

Gianluigi Bonanomi

Formatore e autore. Dopo la laurea con tesi sulle relazioni on-line nel 2001, ha lavorato per una dozzina d'anni nel settore dell'editoria informatica come giornalista professionista. Ha scritto diversi saggi e manuali su Web e social ed è direttore della collana "Fai da tech" di Ledizioni. Attualmente si occupa di corsi aziendali sul digitale ed è docente della Fastweb Digital Academy e dell'Università dell'Insubria di Varese.

Luca Brambilla

Professore di Comunicazione Strategica. È specializzato nella formazione One to One di Executive sulle tematiche di Comunicazione Strategica e Negoziazione. È professore a contratto per l'Università Vita-Salute San Raffaele e docente presso master universitari dell'Università IULM e dell'Università Cattolica di Milano, oltre che in numerose Business School.

REALIZZATO CON IL SOSTEGNO DI



UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo



Regione
Lombardia



POR FSE 2014-2020 / OPPORTUNITÀ E INCLUSIONE

Rosanna Gallo

Amministratrice Delegata di Eu-tròpia, è psicologa del lavoro, specializzata in Benessere organizzativo; ha studiato Leadership alla FISS di Parigi e alla Kennedy School di Harvard. E' coach accreditata ICF e certificata da Teleos (Emotional Intelligence Leadership), Erickson e CLA. E' assessor internazionale e accompagna i Leadership Team nel perseguimento dell'efficacia ed efficienza. Dal 2015 è docente di Leadership in SUPSI. Già docente all'Università di Parma dal 2011 al 2015 e all'Università Cattolica dal 2000 al 2010.

Alberto Crescentini

PhD ha insegnato per più di 10 anni Psicologia del Lavoro e Psicologia delle Relazioni nel corso di laurea di Economia e management della Università Cattolica di Milano. Attualmente è docente ricercatore alla Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana presso il Centro Innovazione e Ricerca sui Sistemi Educativi.

Alessia D'Amato

Psicologa del Lavoro, consulente e docente universitario. Ha condotto progetti di ricerca e sviluppo organizzativo in aziende del settore pubblico e privato in Europa, USA, America latina e Asia. E' membro attivo in associazioni accademiche e professionali e ha pubblicato libri e articoli in academic journals (Science; Work, Employment and Society; EJWOP; Journal of Managerial Psychology, etc.).

Luciano Consolati

Laureato al Politecnico di Milano, ha una lunga esperienza come dirigente in società di servizi alle imprese e in Associazioni di Rappresentanza (Confindustria, Confapi, Confartigianato). E' Presidente di Metamanagement srl, che realizza e gestisce Piani di Welfare, con assistenza completa. E' Professore di Geografia Politica ed Economica USMG all'Università Statale G. Marconi di Roma e Docente formatore presso principali Business School sul tema Reti d'Impresa, tra cui CUOA e Politecnico di Milano.