



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Proponente	Massimo Domenico Ru
Titolo del seminario	Comunicazione chiara ed efficace Come essere persuasivi in presenza e in distanza
Obiettivi del Corso	<p>Il corso si propone di migliorare le capacità del “Parlare in Pubblico” dei partecipanti, sia in presenza che con gli strumenti della comunicazione “in distanza” (web, chat, social, dad).</p> <p>L’obiettivo principale è dunque quello di aumentare la chiarezza e l’efficacia degli interventi.</p> <p>Tu o ciò attraverso il controllo ed il potenziamento della propria comunicazione non verbale (il corpo), di quella paraverbale (l’uso della voce) e di quella verbale (le parole, cioè il contenuto).</p> <p>La finalità ultima consiste nel mettere in grado i partecipanti di costruire interventi persuasivi, che tocchino le emozioni dei loro interlocutori, lasciando a quest’ultimi un vivido ricordo dell’esperienza vissuta.</p> <p>L’utilità del corso risiede inoltre nel fatto che le competenze acquisite possono essere utilizzate, oltretutto di fronte ad una platea, anche in ogni altro incontro “One to One” che i partecipanti si troveranno a vivere durante la loro carriera sia universitaria che lavorativa: dalla discussione della tesi al colloquio di assunzione, dalla consulenza alle trattative commerciali, dal branding personale al social media management.</p> <p>Il Laboratorio si pone dunque come naturale “ponte” tra il sapere accademico e la realtà aziendale e/o professionistica che gli studenti affronteranno, nel loro futuro ormai prossimo.</p>
Struttura del Corso	<p>Il corso sarà costituito da sessioni di 3 ore ciascuna.</p> <p>Le sessioni sono così suddivise:</p> <p>Introduzione</p> <p>Lo stile: il come – il paraverbale: l’uso della voce</p> <p>Lo stile: il come – il non-verbale: la gestione del corpo</p> <p>La preparazione</p> <p>La struttura del discorso</p> <p>Lo stile: il cosa – il verbale: chiarezza ed efficacia</p> <p>La gestione delle obiezioni</p> <p>Conclusioni</p>



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Argomenti delle lezioni	
Modalità di erogazione/ modello di insegnamento /apprendimento	<p>La modalità di erogazione prevede una parte teorica e numerose esercitazioni dei partecipanti.</p> <p>Queste consistono in momenti di improvvisazione individuali, di gruppo e presentazioni "didattico/professionali" filmate.</p> <p>I filmati vengono proiettati in aula. Il docente e i partecipanti danno vita a sezioni di coaching plenario riguardo alle performance realizzate.</p> <p>Lo stile del docente farà largo uso di domande, esempi concreti, uso di metafore, filmati tratti da film famosi o da altre situazioni pertinenti rispetto agli argomenti trattati, ma soprattutto di "Edutainment".</p> <p>E' una parola che deriva dalla fusione di due termini: Educaton e Enterteinment e cioè Formazione e Divertimento partendo da presupposto che:</p> <p>"Coloro che fanno distinzione fra intrattenimento ed educazione forse non sanno che l'educazione deve essere divertente e il divertimento deve essere educativo"</p> <p>Marshall McLuahn</p>
Modalità di verifica dell'apprendimento (Specificare se viene richiesto lavoro finale individuale/di gruppo...)	<p>Si prevede un test di entrata e di uscita, ciascuno con le medesime domande a risposta multipla.</p> <p>Questo meccanismo permette di stabilire il punto di partenza in cui si trovano i partecipanti all'inizio delle lezioni e l'impatto del corso, al termine delle sessioni frequentate. La differenza tra il punteggio del test "a freddo" e quello al termine dei 4 mesi di lezione, restituisce infatti una misura concreta, riguardo alle conoscenze teoriche acquisite durante il corso.</p> <p>Ad esso può aggiungersi un giudizio qualitativo da parte del docente, con modalità di valutazione da concordare e validare con i responsabili del Dipartimento di Management.</p>



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Dipartimento di Management

Bibliografia di Riferimento

La Pragmatica della Comunicazione Umana. Paul Watzlawick. Casa Editrice Astrolabio. Come Parlare in Pubblico e Convincere gli Altri. Dale Carnegie. Bompiani. Come trattare gli Altri e farseli Amici. Dale Carnegie. Bompiani. Saper parlare in pubblico. Enrico Bertolino. De Vecchi. Persuasion Engineering TM. Richard Bandler – John La Valle. Alessio Roberti Editore. Le armi della persuasione. Robert B. Cialdini. Giunti. Pnl al lavoro. Sue Knight. Nlp Italy. Neuro Marketing : il nervo della Vendita. Patrick Renvoisé, Christophe Morin. Le lettere. L'arte di ottenere ragione. Arthur Schopenhauer. Adelphi. Fare formazione. Gian Piero Quaglino. Raffaello Cortina Editore. Giochi d'aula. Roberto Luperini. FrancoAngeli. Scene di Leadership. Claudia Piccardo – Gian Piero Quaglino. Raffaello Cortina Editore. L'arte della negoziazione. Enrico Bertolino – Luca Varvelli. De Vecchi. L'arte di ascoltare. Diane Bone. FrancoAngeli. Le tecniche di ascolto. Jim Dugger. FrancoAngeli/Trend. Coaching. John Whitmore..Sperling & Kupffer Editori. Coaching & Mentoring. Harvard Business Essentials. Etas. Eleven Rings. Phil Jackson. Libreria dello Sport. La scimmia nuda. Desmond Morris. Bompiani. L'autostima. Willy Pasini. Mondadori. Lezioni di autostima. Raffaele Morelli. Mondadori. Dell'arte di Respirare. Ottoman Ha'nish. Demetra.