



FUTUREWORKING

Alessandra Lancellotti
corporate & life coach

Cambia vita!

Come diventare imprenditori di se stessi

L'informazione e l'analisi di micro-e macro-economia, nei momenti di crisi è essenziale per sviluppare talenti ed eccellenze, nonché professionalità.

L'innovazione non può prescindere dalla conoscenza delle nuove scoperte in campo neuro-scientifico e imprenditoriale.

La filosofia del corso è di far sperimentare quanto nuovi metodi di influenza e controllo, basati sulla forza d'animo, sul carattere e sulla personalità, possano rafforzare il "potere" personale, nel momento in cui si valorizzano le risorse umane. Gli obiettivi del corso sono:

- Migliorare la conoscenza del sé per un maggior empowerment e una condivisione estesa degli obiettivi comuni aziendali
- Far coincidere carattere e personalità nell'ambito di un'armonia sociale e socializzante che aumenterebbe capacità del singolo e risultati
- Far emergere flussi di creatività costruttiva, inibiti da dinamiche perverse, al fine di allargare linee di prodotti e orizzonte d'impresa.

La metodologia prevede l'utilizzo di tecniche di PNL (Analisi Transazionale e Film-therapy)

PROGRAMMA

- Le persone partono. dalle informazioni
- Scenari e vision
- ANAMNESI DI CARRIERA
- Scoperte tecnologiche, fra medicina dell'uomo e dello spazio
- I nuovi scenari micro e macro economici
- Project financing e project. di sé stessi
- La motivazione nasce dalla conoscenza del mondo e dagli scenari
- La conoscenza di sé come necessario preambolo per l'automotivazione
- Analisi dei punti di forza e di miglioramento
- Analisi della capacità prospettica del sé
- Analisi del mito familiare
- Come misurare la propria volontà di miglioramento
- Forza d'animo o energia
- La forza interiore come veicolo di comunicazione emotiva
- La forza dei paradigmi sociali o parentali
- Ostacoli ed energia: quali sfide
- La forza del cuore ed il potere della mente
- Come coniugare la mente relazionale con i percorsi d'azienda

FUTUREWORKING

- Il potere personale:
- Il cambiamento del sé nell'ambito dei talent management: analisi di carriera
- Il bilancio della carriera
- Il nuovo comportamento pro-attivo: la resilienza!
- organizzazione dei ruoli: carattere e personalità: un problema di leadership situazionale
- Il flusso della costruttività latente diventa realtà: quando e come
- L'energia del fare e del dis-fare: come non farsi autogoal inconsapevoli
- La forza della personalità e la condivisione degli obiettivi: quando il singolo diventa group
- Carattere personale e carattere dell'azienda: la forza dei brand e il potere sul mercato

Attività complementari:

- Role playing
- Formulazione del piano d'azione personale
- Film session
- Valutazione di fine corso
- Analisi dei vantaggi acquisiti
- Analisi dei cambiamenti personali e professionali
- In-placement e out-placement: come "riciclare" il talento in vista di nuove opportunità di vita e di carriera.

A CHI È DIRETTO

Imprenditori, manager, persone che nella crisi o nell'ottica generazionale in azienda, non trovano né futuro, né carriera.

Persone depresse dalla crisi o dal fallimento delle proprie aspettative

Persone in cerca di nuovi orizzonti professionali

Persone che, in pensione o licenziate, perdono auto-stima e valori.

Manager in cerca di orizzonti nuovi

DURATA

Due giornate

Da stabilire per quanti mesi

Per il Gruppo:

due giornate da ripetere per tre mesi

COSTI

Da definire

Futurework

La conoscenza del futuro, la previsione, l'istintiva propensione a sentire le cose, ci abilita a destreggiarci in un periodo di crisi, a prendere decisioni importanti e remunerative.

Le sensazioni e i "sentiment" sono percorsi da individuare e da perlustrare sia nel campo personale che professionale.

Obiettivo del Corso sarà quello di favorire lo sviluppo di strumenti logici, cognitivi e psicologici della persona per arrivare a discernere strade psicologiche che ne favoriscano la nascita.

Anche perché lo stato umorale positivo facilita le funzioni cognitive di apprendimento, percezione della realtà e relativa comunicazione.

La felicità D'IMPRESA è un concetto nuovo, una vision, una mission, che diviene condizione mentale per rispondere a bisogni di persone e aziende in un processo interagente di persone, parole e informazione (su modello della learning organization)

Imparare a comunicare significa sviluppare competenze utili e significative per sé, l'utente e l'azienda in un'ottica di eccellenza.

PROGRAMMA

La felicità della comunicazione è l'anima dell'impresa

- Conoscere sé stessi ed il proprio modo di comunicare per crescere e far crescere il consenso
- L'apprendimento continuo come arte
- La felicità della comunicazione è l'anima dell'impresa

Apprendi dai tuoi errori!

- Il colore della voce
- Conosci il tuo sguardo?
- Conosci il linguaggio del tuo corpo?
- Quanto ascolti?
- Body language
- Lie to me
- Le dinamiche del gruppo
- Persona e personalità

L'architettura emotiva del cervello

- Amigdala
- Insula
- Ipo-talamo

FUTUREWORKING

- Analisi delle funzioni maschili del comunicare
- Analisi delle funzioni femminili del comunicare
- La Sella di Sylvius
- Analisi delle funzioni preposte al cervello iconico
- Armonizzare qualità e competenze nell'ascolto
- L'immaginazione attiva nel processo di comunicazione veloce

Felicità di impresa

- Informazione e comunicazione
- Diversity management
- Progettare il futuro
- Come capire l'altro
- Come rispondere a tono
- Controllo e assertività nella regolamentazione dei flussi comunicativi

Attività complementari:

- Esercitazioni e role playing
- Formulazione del piano d'azione personale-professionale

Film session: A. KUROSAWA

Esercizi di Immaginazione attiva

METODOLOGIA DIDATTICA

La metodologia prevede:

- Analisi dei linguaggi della comunicazione verbale secondo i dettami della psiconeurolinguistica
- Psicologia della forma (Gestalt)
- Test mirati alla conoscenza del potenziale evolutivo dei partecipanti
- Analisi del potenziale evolutivo dei singoli soggetti
- Esercizi di immaginazione attiva per la creatività costruttiva
- Body screening, body language: analisi della mimica vocale e facciale e del linguaggio inconsapevole del corpo
- Public speaking: assertività e chiarezza a servizio del cittadino

DURATA

2 giornate (8 ore/giorno), con relativo feedback, per un totale di due giornate più una, per gruppi fino a 10 componenti.

COSTO

Euro 4000, 00 più IVA per le due giornate.

Public Speaking

L'Arte di Parlare in Pubblico

Da anni la cultura aziendale ha preso a prestito la metafora del “saperlo fare e farlo sapere” come corrispettivo simmetrico dell’arte del fare e del comunicare. I comportamenti aziendali, dunque, devono essere regolati da un continuo flusso comunicativo. Questo per quanto riguarda l’azienda. Ma per quanto riguarda la persona che, vivendo in azienda, deve esprimere da una parte se stessa e dall’altra il clima emotivo, che fare? Comunicazione vuol dire “scambio”, “messa in comune” di informazioni, creazione di un “rapporto” attraverso un processo interattivo tra individui. Questo avviene, per il Public Speaking, soltanto possedendo una completa padronanza di sé. Per queste ragioni, per l’oratore, il parlare in pubblico deve rispondere non solo a necessità “esterne”, di saper comunicare, ma anche “interne” di equilibrio emotivo.

Il corso è stato disegnato per persone che abitualmente sono chiamati alla partecipazione, quali relatori, in convegni e conferenze. Il corso ha l’obiettivo generale di fornire tecniche e sviluppare le abilità necessarie per realizzare una efficace presentazione in pubblico. Al termine del percorso formativo i partecipanti saranno in grado di: gestire l’ansia e l’emotività proprie di una presentazione in pubblico; acquisire sicurezza in sé valorizzando le proprie capacità espositive; esprimersi con disinvoltura e naturalezza, adoperando un linguaggio vivo e creativo coerente con il linguaggio del corpo; catturare e mantenere l’attenzione del pubblico; saper scegliere e strutturare il discorso; aumentare la propria autostima e far riconoscere le proprie capacità di leadership.

PROGRAMMA

La conoscenza di sé per comunicare al meglio (Unità didattica 1)

- Inibizione, sintomi, angoscia: come superarli?
- Gestione dell’ansia: l’ansia d’attesa e l’attesa dell’incipit
- Il “getting attention”: quanto dura?
- Esercitazioni

Comunicazione diretta, verbale e anaverbale: quale scegliere per fare centro? (Unità didattica 2)

- La presenza del ruolo nel comunicare
- Il ruolo della voce
- Il contatto con gli occhi
- Le espressioni facciali
- La postura e la gestualità
- deambulazione
- Role playing

Comunicazione e meta comunicazione: che cosa e come comunichiamo (Unità didattica 3)

- Come si manifesta la comunicazione della comunicazione
- Lo studio del modo e dello stile della comunicazione
- Le dissonanze cognitive

Il coinvolgimento del pubblico (Unità didattica 4)

- La conoscenza del contesto lavorativo in cui si parla
- Coinvolgere e restare impressi nella memoria del pubblico
- Riconoscere l’interesse nei partecipanti

FUTUREWORKING

- Come gestire le interruzioni

L'importanza dei verbi e degli avverbi nella trasmissione del messaggio (Unità didattica 5)

- L'uso dei tempi dei verbi (presente, imperfetto, condizionale, futuro, imperativo)
- Il ruolo degli avverbi
- Studio di casi: analisi di un famoso discorso
- Visione di alcuni brani di film famosi

Come provare gioia ed entusiasmo nel parlare in pubblico (Unità didattica 6)

- Come scegliere il tipo di discorso
- L'organizzazione e la struttura del discorso
- Come iniziare e come concludere un discorso
- Come porre le domande
- Come rispondere alle domande
- Esercitazioni con Analisi delle Transazioni

La leadership inizia con il saper parlare in pubblico senza paura e con arte (Unità didattica 7)

- Come aumentare spontaneità e creatività
- La forza delle idee e dell'immagine di sé
- Autostima e parlare in pubblico: valere e farsi valere
- Analisi dei filmati girati in role playing per visualizzare il cambiamento e tavola rotonda

Gli avverbi che inibiscono

- Le parole "cattive"
- Il condizionale condiziona
- La funzione dell'imperativo
- Le linee-guida del discorso

Attività complementari

- Esercitazioni e role playing con TVCC
- Proiezione di film
- Formulazione del piano d'azione personale
- Valutazione di fine corso

A CHI È DIRETTO

Manager, personale dell'area commerciale e non, presentatori di programmi, persone che vogliono candidarsi a ruoli pubblici (anche politici) e quanti vogliono perfezionare le loro abilità comunicazionali
Insegnanti - Docenti - Medici - Studenti - Persone interessate alle public relations

DURATA

Due giornate

COSTI

Da definire

Nuove strategie di vita e di lavoro

Obiettivo del Corso è quello di favorire lo sviluppo di strumenti logici, cognitivi e psicologici della persona per arrivare ad uno “stato” psicologico che favorisca la nascita di nuove strategie, nuove visioni di vita e di lavoro. È un corso fondamentale per imparare a trovare lavoro proprio quando la realtà ci sembra nemica e scoraggiante.

A qualsiasi età, in qualsiasi condizione. Quando i giochi si fanno duri, i duri cominciano a giocare. La persona, se depressa, non riesce a trovare né alleanze, né obiettivi, né lavoro.

Va aiutata a ritrovare quella fiducia in sé e quelle competenze sia di prodotto che di progetto, quelle relazioni, che possono permettergli di riallocarsi in maniera adeguata, verso nuove prospettive di realtà lavorativa. Per apprendere questa nuova abilità mentale e psicologica, è necessario attraversare nuovi territori mentali che comprendano competenze linguistiche, stimoli e bilanci di carriera, scienza e psicologia individuale e sociale.

METODOLOGIA

- Analisi dei linguaggi della comunicazione
- Analisi delle aspettative
- Bilancio di carriera
- Psicologia della forma (Gestalt)
- Psiconeurolinguistica
- Tests mirati alla conoscenza del potenziale evolutivo dei partecipanti

PROGRAMMA

Conoscere Se stessi per crescere e far crescere persone e progetti

- L'apprendimento continuo come arte
- Analisi del linguaggio non verbale
- Analisi delle aspettative parentali
- Analisi delle aspettative di lavoro
- I miti familiari e quelli aziendali
- Come ripartire

L'architettura del cervello

- Il pensiero pensante e quello emozionale
- La chimica delle emozioni e delle cognizioni
- Le dinamiche della mente
- Le aspettative positive e valorizzanti

Fisiologia e patologia della conoscenza

- Amigdala
- Corteccia
- Talamo

Analisi delle funzioni preposte alla memoria emotiva dei dati

- Armonizzare le due menti

FUTUREWORKING

- Analisi delle funzioni maschili del sapere
- Analisi delle funzioni femminili del sapere
- Le nuove visioni della realtà virtuale
- Il pensiero trasversale L'immaginazione attiva
- Il pensiero figurante
- Il sesto senso

Verso un 'economy della mente

- I tempi della mente
- Le funzioni psico-sensoriali
- Funzione della percezione
- Le profezie e i sentimenti del futuro
- Economia e Consapevolezza
- Verso una decrescita felice?
- Verso un'ecologia della mente

Attività complementari

- Esercitazioni e role playing
- Formulazione del piano d'azione personale
- Formulazione di un piano d'azione gruppale
- Racconta il futuro(FUTUREWORK)
- Anamnesi di carriera
- Analisi del potenziale Evolutivo Analisi dei comportamenti di tipo gestionale
- Analisi dei comportamenti produttivi
- Analisi dei comportamenti da leader
- Analisi del linguaggio interattivo in gruppo
- Analisi del linguaggio contrattuale
- Analisi del linguaggio di vendita
- Analisi dei linguaggi di persuasione I nuovi orizzonti lavorativi
- I nuovi ruoli
- Le nuove identità lavorative
- Le nuove leadership

A CHI È DIRETTO

Giovani e non più giovani in cerca di nuovi contratti lavorativi.
Persone in cerca di nuove strade e nuove mete

DURATA

Secondo il numero dei partecipanti

COSTI

DA DEFINIRE

Il successo nel processo di vendita

Decidere e far decidere

Con la scoperta nel campo delle NeuroScienze e della Psicologia, che esistono i neuroni a specchio, vale a dire che le funzioni neuronali sono direttamente collegate con l'ambiente e con chi ci forma al vivere, garantire sicurezza di sé stessi e capacità di ottenere risultati, grazie al grado di motivazione al cambiamento è target di questo progetto.

Il che significa in termini eco-sistemici favorire, integrando in maniera relazionale, lo sviluppo dell'attività costruttiva e dell'integrazione con l'ambiente del venditore nella sua relazione con il cliente.

Il tasso di leadership di motivazione personale si può (e si deve) incrementare in qualsiasi situazione relazionale, soprattutto ove ci sia bisogno di una collaudata presa in carico di responsabilità e di controllo delle competenze altrui.

Metodologia prevista: PNL e Analisi Transazionale

Film session e role-playing

PROGRAMMA

Le 10 cause di insuccesso di un venditore

- Sè e falso Sè
- Valore di Sè: lo conosciamo?
- La forza del convincimento
- Gli atteggiamenti non verbali OK

La motivazione personale alla leadership

- Decision making
- La conoscenza olistica del prodotto
- La conoscenza psicosensoriale del prodotto da vendere
- E tu che prodotto sei?
- Elenca i tuoi PDF
- Elenca le tue ADM

Sei un decision-maker?

- Come vedi il futuro tuo?
- E quello a cui vendi qualcosa?
- La forza della ragione: come la usi?
- La forza delle aspettative recondite dell'acquirente
- Il "mito familiare" e il "mito aziendale"
- Vincente sul lavoro e in famiglia?

FUTUREWORKING

- Vincente in famiglia e al lavoro?
- Il ruolo percepito
- Il ruolo assunto
- La paura di vincere

Seconda parte

- Sei aquila o cardellino?
- La leadership situazionale
- Laquiet leadeship
- La leadeship ascoltosa
- La leadership educativa

Le sfide buone e le sfide cattive

- L'energia mentale
- L'energia affettiva
- L'energia cognitiva
- L'energia relazionale

A CHI È RIVOLTO

Responsabili e Quadri di P. A, P. M., venditori, relatori, contaminatori di conoscenza di prodotto e progetto

DURATA

due giornate

A seconda del numero dei partecipanti

METODOLOGIA

PNL

IMMAGINAZIONE ATTIVA

POSICODRAMMA

COSTI

Da concordare

Talent Management

Alla ricerca del proprio "daimon"

La filosofia del corso è di far sperimentare quanto nuovi metodi di influenza e controllo, basati sulla competenza relazionale, la conoscenza del carattere e della personalità, possano rafforzare il "potere" personale, il proprio talento, nel momento in cui si valorizzano le risorse umane. Gli obiettivi del corso sono:

- Migliorare la conoscenza del sé per un maggior empowerment e una condivisione estesa degli obiettivi comuni aziendali
- Far coincidere carattere e personalità nell'ambito di un'armonia sociale e socializzante che aumenti la capacità del singolo e i risultati
- Far emergere flussi di creatività costruttiva, inibiti da dinamiche perverse, al fine di allargare linee di prodotti e orizzonte d'impresa.
- Rafforzare la leadership "timida" attenta all'ascolto e alla valorizzazione dei bisogni del cliente
- Trovare i PUNTI D'ECCELLENZA, NON SOLO DI FORZA di persona e personalità significa rafforzare il gruppo in vista di crisi ed emergenze
- Saper giocare i talenti nei momenti difficili, significa saper trovare gli elementi di diversificazione di prodotti, servizi, progetti, programmi.
- La metodologia prevede l'utilizzo di tecniche di PNL e Analisi Transazionale e di film-therapy
- Oltre all'utilizzo di tecniche gruppali legate alla psicologia di Moreno

PROGRAMMA

Le persone partono da sé stesse

- La conoscenza di sé come necessario preambolo per l'automotivazione
- Analisi dei punti di forza e di miglioramento
- Analisi della capacità prospettica del sé
- Analisi del mito familiare
- Come misurare la propria volontà di miglioramento

Forza d'animo o energia

- La forza interiore come veicolo di comunicazione emotiva motivante
- La forza dei paradigmi sociali o parentali
- Ostacoli ed energia: quali sfide

La forza del cuore ed il potere della mente

- Come coniugare la mente relazionale con i percorsi d'azienda
- Il potere personale: come dividerlo e con chi per...rafforzare se stessi

Il cambiamento del sé nell'ambito dei talent management

- Autocomprensione e organizzazione dei ruoli: dalla sindrome di Fantozzi a quella di Rambo
- Carattere e personalità: un problema di leadership motivante

Il flusso della costruttività latente diventa costruttività creativa: quando e come

- L'energia del fare e del dis-fare: come non farsi autogoal inconsapevoli
- La condivisione degli obiettivi: quando il singolo diventagroup
- La leadership educativa

Attività complementari

- Role playing
- Formulazione del piano d'azione personale
- Valutazione di fine corso

A CHI È DIRETTO

Persone che vogliono acquisire maggiore ascolto e più efficacia nelle azioni, motivando sia il cliente che il gruppo a best practices.

Managers, quadri, hr, impiegati che nell'ambito privato e pubblico, vogliono acquisire le tecniche per conferire una maggiore armonizzazione all'organizzazione in cui operano.

DURATA

Due giornate.



Felicità d'impresa

Ripartire da sé In qualsiasi momento della vita (IN-PLACEMENT)

Solo partendo dall'assunto innovativo e dinamico che anche la felicità sia un'abilità umana, una forma di conoscenza da apprendere, l'obiettivo del Corso è quello di favorire lo sviluppo di strumenti logici, cognitivi e psicologici della persona per arrivare ad uno stato emotivo-comportamentistico che la favorisca. La felicità è un lavoro, un concetto, una vision, una mission, un umore che diviene condizione mentale cosciente, prerequisito per far andar bene sia la vita relazionale che quella aziendale.

È un bene fondamentale, come affermano di recente le neuroscienze, per sviluppare l'armonia sociale, bene immateriale di valore inestimabile.

La persona, se infelice e depressa, non riesce a trovare, né obiettivi, né lavoro: non motivato, demotiva il team. Nel gruppo crea alleanze perverse e conflitti che ricadono sulla famiglia e viceversa, in un circolo vizioso che si auto-alimenta. Il Corso si propone di far ritrovare quell'auto-stima e quella fiducia in sé, senza la quale non si possono sviluppare competenze relazionali, trasversali-attitudinali, di comportamento, di programmazione di vita e di lavoro, premesse indispensabili per l'armonia sociale e risultati aziendali. Per apprendere queste nuove abilità mentali e psicologiche, è necessario, per una forma olistica di Capitalismo Consapevole, attraversare nuovi territori mentali, essere "davinciani", sposare sociologia aziendale alla psicologia individuale all'interno della complessa rete d'interazioni sistemiche fra Sé e sé, fra sé e il mondo.

METODOLOGIA

- Psiconeurolinguistica
- Tests mirati alla conoscenza del sé e del potenziale evolutivo dei partecipanti
- Psicologia cognitivo-comportamentistica
- Psicodramma
- Film-therapy
- Bilancio di carriera

PROGRAMMA

Conoscere sé per crescere

- L'apprendimento continuo come arte
- Analisi del linguaggio non verbale
- Analisi delle aspettative inconsce
- Analisi delle aspettative di lavoro
- I miti familiari e quelli aziendali

L'architettura della mente

- Neuroni e sinapsi
- Il ben-essere e il bell-essere
- La chimica delle emozioni e delle cognizioni
- L'umore come fattore principale di sviluppo armonico del sé
- I circuiti psico-neuro-endocrinologici
- Le dinamiche dell'Intelligenza Multipla
- Amigdala
- Corteccia

FUTUREWORKING

- Ipotalamo
- Analisi delle funzioni preposte alla memoria emotiva dei dati
- Armonizzare le due menti
- Le nuove visioni della realtà virtuale
- L'immaginazione attiva
- L'intelligenza Emotiva
- L'Intelligenza multipla
- L'ormone della felicità e difese immunitarie

Verso un'economia della mente

- Le funzioni psico-sensoriali
- Funzione dell' intuizione
- Le profezie del futuro
- Verso una decrescita felice?
- Verso un'ecologia della mente
- Il peso dell'invidia

Felicità e creatività

- Racconta il futuro del Capitalismo Cosciente (FUTUREWORK)
- Anamnesi di carriera
- Analisi del Potenziale Evolutivo Analisi dei comportamenti di tipo gestionale e progettuale
- Analisi dei comportamenti felici e produttivi nel Capitalismo Cosciente
- Analisi dei comportamenti dei nuovileaders "consapevoli"
- Analisi del linguaggio interattivo in gruppo: energia emotiva produttiva-consapevole
- Analisi del linguaggio contrattuale
- Analisi del linguaggio di vendita
- Analisi dei linguaggi di persuasione
- Le nuove identità lavorative
- Le metafore dell'io
- Le metafore sociali
- L'io come Impresa
- Felicità d'impresa nello sviluppo cosciente e compatibile

A CHI È DIRETTO

Managers e impiegati, quadri e funzionari, direttori H. R., che intendano valorizzare il proprio e altrui talento in una logica di armonizzazione sociale e culturale in vista di una competenza complessiva sul concept della felicità. Nell'ambito del Capitalismo Cosciente.

DURATA

2 giornate

COSTO

4000 Euro

Corso base di creatività

In ogni momento le attività dei sistemi emotivi-cognitivi influenzano le attività della mente attraverso meccanismi che a loro volta vengono modificati dai comportamenti verbali e non verbali della persona. Inoltre le emozioni dirigono i flussi di attivazione (energia) e stabiliscono il significato delle rappresentazioni (informazioni). Da sempre queste informazioni vengono rappresentate da IMMAGINI, SEGNI, SIMBOLI, LINGUAGGI SEMANTICI E SEMAFORICI, da attività creative -rappresentative che accendono funzioni neurali (sinapsi), sviluppano i sistemi connettivi del cervello, ne rafforzano la struttura e la funzione.

I segni, i colori, le rappresentazioni visive, le parole, i suoni che la mente usa, danno forza ed energia, positività e ricchezza emotiva alle persone, che, usando la loro stessa creatività potranno trovare nuove soluzioni a problemi di vita e di lavoro.

Il corso si propone di approfondire le attività della intelligenza creativa ed emotiva per sviluppare una mente e un'energia che attivino circuiti neurali e relazionali, ponendo la creatività e l'immaginazione al centro di un nuovo modo di vivere la vita. .

L'esercizio dell'immaginazione attiva sarà la strada maestra per attivare sistemi neuro-ormonali che diano precedenza al rafforzamento dell'idea di sé e della propria autostima, con conseguente sviluppo d'idee ed ottimismo.

PROGRAMMA

Analisi delle ultime scoperte scientifiche

- L'arte e gli stati della mente
- Gli stati emotivi della mente
- Energia, informazione ed arte
- Motivazione e blocco emotivo
- Come scoprire il proprio potenziale emotivo-creativo
- Come usare la comunicazione per una migliore capacità relazionale e un miglioramento del clima emotivo
- I sintomi, che "colore" hanno?"
- Quali suoni hanno all'interno dei contesti sia familiari che lavorativi?

Il flusso delle emozioni e funzioni creative-mentali

- L'armonia e l'estasi
- I cinque sensi e la polifonia degli organi di "ricevimento" delle emozioni
- Lo sguardo come meta-comunicazione
- Il coraggio di aprire nuove finestre emotive: il bisogno del bello
- Il ruolo dell'immaginazione attiva come leva e come cambio

- La polisensorialità
- La creatività come work in progress. laboratori di scienza ed arte
- L'arte della predittività: come "medicina"
- Sintesi dei fattori creativi che cambiano umore, stato della mente, ideazione
- L'immaginazione e la fantasia come trasduttori
- Fantasia e immaginazione attiva per nuove mission
- Vision e mission
- L'arte di creare nuova-mente sè stessi
- Il fluxus emotivo e cognitivo
- Creatività in azienda e in famiglia

ATTIVITÀ COMPLEMENTARI

- Psicodramma morenico
- Film-therapy
- Esercitazioni e role playing
- Formulazione del piano d'azione personale
- Film-therapy
- Psico-dramma
- Valutazione di Sè a fine corso
- La fantasia e il teatro dell'immaginario
- L'inconscio come produttore fidato

A CHI È DIRETTO

Managers e quadri, Direttori Sanitari, responsabili RU, VIP, PR woman, personalità del mondo della finanza, dello spettacolo, della politica.

Marketing managers.

DURATA

2 giorni

(QUATTRO MEZZE GIORNATE)

COSTI

4000 euro

Il corpo della comunicazione

L'arte come terapia

In ogni momento le attività dei sistemi emotivi-cognitivi influenzano le attività della mente attraverso meccanismi che a loro volta vengono modificati dai comportamenti verbali e anaverbali della persona. Inoltre le emozioni dirigono i flussi di attivazione (energia) e stabiliscono il significato delle rappresentazioni (informazioni). Da sempre queste informazioni vengono rappresentate da IMMAGINI, SEGNI, SIMBOLI, LINGUAGGI SEMANTICI E SEMAFORICI, da attività cre-attive -rappresentative che accendono funzioni neuronali (sinapsi), sviluppano i sistemi connettivi del cervello, ne rafforzano la struttura e la funzione. I segni, i colori, le rappresentazioni visive, le parole, i suoni che la mente usa, come metafore di un viaggio, di una navigazione fatta di cultura, storia ed arte, rappresentano da sempre il destino dell'uomo, alla ricerca di linguaggi nuovi che sorprendano fantasia e cuore.

“Fatti non foste a viver come bruti”. I versi di dantesca memoria trovano nelle affermazioni della moderna ricerca neuro scientifica, accenti di sorprendente conferma, in un sistema di valori “a specchio”.

Più arte, meno depressione, meno sintomi di invecchiamento neuronale: questo ci insegna la scienza.

Questo lo intuivano i grandi psicoanalisti (Meltzer, Bion, Yung) che addirittura pensavano che l'uomo fosse l'unico vivente capace di dare vita ai symbola, ai linguaggi creativi e alla memoria iconica. A fare di sé stesso specchio, riflesso e riflessione. Il corso si propone di approfondire le attività della intelligenza creativa ed emotiva per sviluppare una mente e un'energia che attivino circuiti neuronali e relazionali che pongano il l'arte ed il fattore umano al centro di un nuovo umanesimo integrale.

L'arte prende la parola aprendo nuove finestre importanti nelle coscienze mediche e paramediche per la cura e la prevenzione sia di sintomi che di comportamenti “malati”. L'esercizio dell'immaginazione attiva sarà la strada maestra per attivare sistemi neuro-ormonali che diano precedenza a rafforzamento di difese immunitarie e conseguente aumento della libido.

PROGRAMMA

L'architettura della mente

- La funzione dell'amigdala
- Che cos'è l'insula
- Il cervello emotivo e umorale
- Peculiarità del cervello femminile
- La sella di Sylvius
- I circuiti psico-neuro-immunologici

Analisi delle ultime scoperte scientifiche

- L'arte e gli stati della mente
- Gli stati emotivi della mente

FUTUREWORKING

- Energia, informazione ed arte
- I cinque sensi e la polifonia degli organi di “ricevimento” delle emozioni
- Lo sguardo come meta
- Motivazione e blocco emotivo
- Come scoprire il proprio potenziale artistico

Comunicazione

- Il coraggio di aprire nuove finestre emotive: il bisogno dell'arte
- Come usare la comunicazione artistica per una migliore capacità relazionale e un miglioramento del clima emotivo
- Il ruolo dell'immaginazione attiva come leva e come cambio
- L'arte come work in progress. i laboratori di scienza ed • I sintomi, che “colore hanno?”
- Quale suono hanno all'interno dei contesti sia familiari che lavorativi?

Arte

- L'arte come “medicina”
- L'armonia e l'estasi (e viceversa)
- L'arte come comunicazione

Attività complementari

- Esercitazioni e role playing
- Formulazione del piano d'azione personale
- Film-therapy
- Psico-dramma PNL
- Valutazione di fine corso

A CHI È DIRETTO

Managers e quadri, Direttori Sanitari, responsabili R. U. Personale socioassistenziali, Medici, con speciale riguardo Oncologi, ginecologi, psichiatri, pediatri, psicologi, assistenti sociali, personale medico e para-medico. ARTISTI, psicologi dell'arte.

DURATA

2 giorni (QUATTRO MEZZE GIORNATE DURANTE IL CONVEGNO)

COSTI

2000 euro

Change management

Vero patrimonio d'azienda sono le risorse umane: fornire competenze e capacità relazionali –comunicazionali, a quanti hanno mansioni di responsabilità, per favorire un miglior clima emotivo aziendale e un supporto motivazionale, atto a rafforzare lo spirito di appartenenza al team e a migliorare la realtà stessa del quadro aziendale in vista delle future sfide legate a competitività e cambiamento.

OBIETTIVI

- Aumentare la voglia di vincere e di cambiare
- Rilevare le potenzialità evolutive sia del singolo che del management
- Favorire uno scambio emotivo atto a produrre nuove visioni, nuove prospettive, in vista di uno sviluppo complessivo delle R. U.
- Potenziare la creatività costruttiva in un clima di team building rafforzato e più sicuro delle proprie scelte
- Valorizzare le r. u. in vista di nuove autonomie organizzative
- Sviluppare nuove forme di intelligenza multipla e relazionale
- Realizzare una cultura integrata che sviluppi armonia e responsabilità, mobiliti le energie, incrementi il lavoro per obiettivi.

CONTENUTI

- L'antropologia della reciprocità
- Chi parla, che cosa dice, come parla
- L'ascolto attivo
- Il tono emotivo della leadership
- Il cervello emozionale
- La mente relazionale
- Empatia e coraggio
- Correttezza e simpatia
- Body language
- Il linguaggio della negoziazione proficua
- La comunicazione interessante e interessata
- L'importanza del FATTORE UMANO
- Il fattore umano come principio

- Il fattore umano come scopo
- Il fattore umano come valore aggiunto di un'impresa
- Persona e personalità
- Autostima e intelligenza emotiva
- Efficienza, ruolo e personalità. un trade-off tutto da costruire
- LA PERSONA SOSTENIBILE
- VERSO UN'ECOLOGIA DELLA MENTE

METODOLOGIA

Role playing

Analisi transazionale

Pnl

Pragmatica della comunicazione umana

DESTINATARI

Managers, quadri, risorse da valorizzare in vista dei cambiamenti globali, di aziende ed istituzionali nel rinnovato clima socio-economico-culturale intravedano la possibilità di informarsi e di formarsi per poter a loro volta formare e produrre informazioni

TEMPI

Due giornate

O quattro mezze giornate con presentazioni di case-history

La gestione di ansia e paura di fronte alle nuove emergenze non sostenibili

Solo partendo dalla conoscenza di strumenti logici e scientifici relativi alla gestione dello stress dovuto ad ansia, paura, rabbia e senso di impotenza, si potrà pensare di far fronte alle nuove emergenze derivate dall'onda delle malattie "globali". Nelle banche come nelle aziende.

Pertanto lo sviluppo delle capacità di gestione e controllo di sentimenti negativi e disfunzionali sia per l'utente che per i cosiddetti addetti ai lavori, sarà necessario affrontarlo ab "imis".

Perché la "profezia non s'inverie il pre-giudizio emotivo non cavalchi i limiti della ragionevolezza.

CONTENUTI

Funzione di amigdala, corteccia e ipotalamo

- L'intelligenza emotiva e le paure infantili
- Analisi delle due menti maschile e femminile
- L'architettura emozionale del cervello

Come comporre una situazione d'ansia

- Come vincere paura ed ansia
- La comunicazione della paura
- La paura della comunicazione

Funzione del ruolo

- Auto-contenimento e fiducia
- Paura al singolare e al plurale
- Le ridondanze
- Il test da panick attack
- L'organizzazione "sana" della paura
- Il senso di sé e del gruppo
- Le premesse per un'organizzazione efficace anti-paura
- Il body language dell'equilibrio e del coraggio

DESTINATARI

Persone con grado alto di responsabilità, Nelle organizzazioni

FUTUREWORKING

METODOLOGIA

Analisi delle funzioni psiconeuroendocrinologiche della mente umana

Conoscenza di base dei feed back dovuti a panico e mancato controllo per il rafforzamento di vision e mission

Large-Group

LOCATION

Aulee locali, Locati negli uffici

COSTI

Da definire



Alessandra Lancellotti

INFORMAZIONI PERSONALI

Nazionalità: italiana

Luogo di nascita: Varese

Residenza: Corso A. Saffi 5 – 16128 Genova

Tel. ufficio 0039 010 8600899 – cell. 335 231642

E-mail: alessandra.lancellotti@fastwebnet.it

www.alessandralancellotti.net

formatrice-formatori

pubblicista

consulente direzione aziendale

corporate-coach

psicologo del lavoro

ISTRUZIONE

Laurea in Lettere e Filosofia - Università degli Studi - Milano

Tesi di Laurea in Psicologia “I Rapporti tra Psicoanalisi e Arte”-Milano-Università di Stato
con prof. Musatti-Dorfles

Supervisione e Didattica presso “Milan School of Family Therapy”

Supervisione e Didattica presso “International Association of Analytical Psychology”. ROMA

Supervisione con con Dieter Baumann Zurigo, (1980-81)

Corsi di Strategia della Comunicazione - Università Bocconi Milano

ESPERIENZE DI LAVORO

Attività di formazione e consulenza

2011 Art Management: EDUCARE alla bellezza.

Eventi in Agrigento, Pietrasanta, Genova, Roma, Conegliano

Autore Libro “Ritratti d’Autore” (Athena. Polias-Arte)

2010 Percorso didattico di art-therapy

Master Bic – Livorno: Docente Project-working

e Comunicazione per Strategie d’Imprese e Futurework

2008-2009 Consulente di carriera

(Barbara Virgilio and Partners.) In-placement e Out-placement

2008 Magnolia - X FACTOR RaiDue

Programma “Cambio vita mi trasformo” 13 puntate.

in programmazione su canale 102 SKY

2006-2008

Responsabile Progetto “Vitanova” Contro Mobbing familiare - Milano

2004-2010

Responsabile In-placement SOLVERS-Milano

2004-1994

PROGETTAZIONE DI CORSI PER MIGLIORAMENTO COMPETENZE LINGUISTICHE-RELAZIONALI per progetti imprenditoriali nelle città di Terni, Cremona, Viterbo, Ferrara. Roma su: VISION E COMUNICAZIONE

Corsi di comunicazione, motivazione, e leadership per dirigenti e quadri di grandi aziende in diversi settori pubblici e privati

- INAIL – Roma
- C. T. P. S. p. A. – Napoli (coaching ai g. m. e ai product managers)
- Banca Agrileasing S. p. A. – Roma
- Azienda Ospedaliera Universitaria S. Anna di Ferrara
- Iper – Cremona
- Nd Petroli – Ragusa
- Schnell S. p. A. – Fano
- Azienda Pluriservizi Macerata S. p. A.
- Cambiaso e Risso – Genova
- Coadi-S. Bartolomeo (IM)
- Deutsche Bank-Genova
- Anconambiente
- INAIL-Roma
- Lazzari montaggi (BG)
- Camera Commercio Terni
- Camera Commercio Cremona
- Asl g-G-Roma
- Asl 3 Ferrara

Coaching di top executive, managers di:

- Rai Trade S. p. A. (president raitrade)
- Erg S. p. A. – Genova
- Paglieri S. p. A. – Alessandria
- Anconambiente-Ancona
- Deutsche Bank
- Premio città di Milano per meriti culturali (1990)
- Polizia postale (Ge)
- Questura (GE)
- Provveditorato Terni
- Internazionalizzazione brands italiani in Malaysia (con Regione Lombardia)
- Executive e Life Coach Management - Progettazione e realizzazione di un progetto di formazione per il management Sanitario (ROMA, Università La Sapienza.)
- Life coach Vip ed imprenditori, managers e direttori generali, scrittori, registi
- Corsi di gap generation (Terni-Roma)
- Camera di Commercio Cremona – Corsi di formazione “La famiglia e la scuola come vivaio d’impresa”
- “Il problema della gap generation” (Alessandria)
- Associazione Italiana Formatori A. I. F. – Docente Formatrice Formatori
- Formatrice quadri della Polizia Postale e Questura-

1997 – 1990

Formazione Potenziale evolutivo delle Human Resources di piccole e medie imprese:

Lazzari Montaggi – Bergamo

Vetriere Italiane – Savona

Paglieri – Alessandria

INA Assitalia – Milano

Associazione Industriali provincia di Alessandria – Formatrice di gruppi di managers per la comunicazione

1990-1991-1992

Lezioni magistrali

CONGRESSO MONDIALE LEUKEMIA 1988: I RAPPORTI FRA UMORE E TUMORE: la psiconeuro-immunologia e la psiconeuro-endocrinologia

UNIVERSITÀ DI MARSIGLIA

UNIVERSITÀ DI AJACCIO

Leukemia '88 come psico-oncologo dell'Ist (1988)

Regione Liguria – Progettazione e realizzazione per l'area socio-sanitaria di un progetto relativo Scuola Genitori e Figli

Agenzia Lavoro Liguria – Salone formula progettazione scuola orientamento professionale per genitori e insegnanti

International Research and Partners – Implementazione, ricerche risorse umane dirigenti e quadri - ROMA

Head hunter per Spencer and Stuart, Milano -Roma

Barbara Virgilio & Partners – Responsabile della Sezione in-placement-e out-placement

Università La Sapienza di Roma – Dipartimento di Sociologia (prof. De Nardis) – coordinamento progetto master della sanità per asl G-ROMA8-Prof. Cieri)

Coordinatrice Progetto Master d'Impresa Uniforma per attuazione di un Master per addetti ai Servizi Psichiatrici e Sanitari - Roma 1992

Europa e Comunità mondiale – Promotrice Progetto per la realizzazione e l'attuazione di una serie di filmati relativi alla storia di Papi e Papato 1993

1989 – 1994

Premio Europeo L'altra metà del mare – Progetto “Una vela per la vita” per la terapia delle psicosi e delle tossicodipendenze

Pathlore S. p. A. – Consulente per progetti di Long Distance Learning Università di Venezia, Palermo e Ministero della Pubblica Istruzione

Erg S. p. A. – Check up di impresa sulle Biotecnologie Avanzate

I. S. P. – Responsabile centro studi paternità per Regione Liguria

1986 – 1992

Donne in Carriera – Responsabile delegazione Genova

Azienda USL 4 Parma Bassa Est – Responsabile di progetto per affidamenti familiari; conduttrice gruppi terapeutici

RICONOSCIMENTI

1992 – Premio Europeo “Passaporto per l'Europa”

1991 – Medaglia del Comune di Milano per meriti culturali e progetti legati alla Cultura

ALTRE ATTIVITÀ

1994 –1998

RAI– Autrice, conduttrice trasmissione triennale “Spazio Donna”

1989 – 1994

Pubblicista sulle seguenti testate:

Il Giornale

La Repubblica

L'indipendente

Genova Magazine – Editor Consultant e creatrice Eventi per il 500° (Colombiane); P. R. del magazine

La Repubblica

America Oggi

Libero

Partecipazione alle trasmissioni di:

RAI3

Rai2 (Telegiornale)

RETEQUATTRO

CANALE5

LASETTE (sfera)

RAIUNO (Uno-mattina)

SKYVIVO

1986 –1991

Editor consultant di KOINÈ (Saima-Avandro)

Editor Consultant Rivista GENOVAMAGAZINE

Progettista house organ per IL SECOLOXIX

Rubrica fissa (86-92) su ANNA

PRATICA

AMERICAOGGI

IL LAVORO

INSIEME

L'INDIPENDENTE

LA REPUBBLICA

IL GIORNO

Skyvivo

Lasette

Tg2