



MASTER

COMUNICAZIONE NEI SISTEMI COMPLESSI

Il primo corso che coniuga l'osservazione e la lettura dei sistemi relazionali complessi con le tecniche della comunicazione.

Corso operativo - pratico

A purple speech bubble with a white outline and a drop shadow, containing the email address 'info@cenaf.it'.

info@cenaf.it

An orange speech bubble with a white outline and a drop shadow, containing a question mark.

?

www.cenaf.it

PREMESSA E OBIETTIVI



Il focus sulla **COMUNICAZIONE EFFICACE** è, in molti ambiti ormai, supportato da sistemi e strategie di comunicazione consolidati.

In molte realtà, tuttavia, risulta emergente l'esigenza di disporre di figure professionali formate ad operare in ambienti a complessità crescente sia nella gestione della comunicazione interna alla struttura (gruppi di lavoro orizzontali e verticali; strutture con localizzazioni diversificate, etc.), sia nella gestione di una efficace comunicazione con l'utente finale.

E' questo il caso di:

- apparati di istituzioni pubbliche (centrali e periferiche): ministeri, comuni, province, regioni, ASL, consultori etc.
- aziende pubbliche: uffici, enti ed apparati dello stato.
- piccole e medie aziende che, pur avendo dimensioni limitate, si misurano sullo stesso mercato delle grandi aziende o degli indotti di queste.

Sono queste realtà, tra l'altro, nelle quali è ormai ovunque diffusa e radicata la presenza delle figure professionali indicate come destinatarie del master.

DESTINATARI

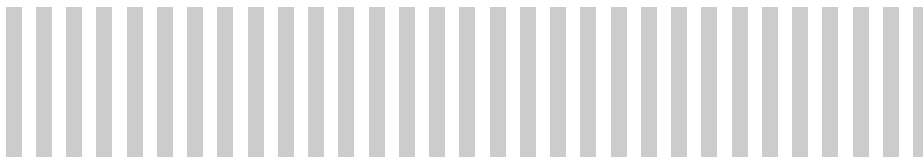


- **Psicologi**
- **Assistenti sociali**
- **Assistenti e dirigenti di comunità**
- **Sociologi**
- **Risorse comunque impiegate nel sociale, nel rapporto con l'utente, nella gestione delle risorse umane.**
- Tutti coloro che, operando a qualunque livello all'interno di un gruppo (azienda, ente, istituzione) abbia la necessità di migliorare le proprie capacità di comunicazione verso ogni tipo di interlocutore.
- Tutti coloro che si occupano specificamente di comunicazione e quindi siano interessati ad approfondirne le tecniche.

SEDE



Il master, nell'edizione 2010, si tiene a Roma.



PROGRAMMA



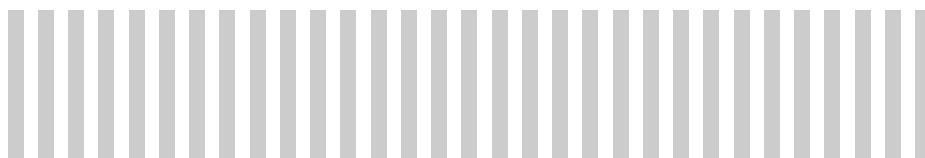
Il **MASTER CSC** si propone di formare professionisti competenti nella comprensione e nel dominio delle realtà relazionali nelle quali si trovano ad operare attraverso l'utilizzo di strumenti specifici:

- lettura, decodifica, interpretazione dei sistemi,
- competenza nella realizzazione di interazioni efficaci rispetto al raggiungimento degli obiettivi,
- costruzione di una customer satisfaction, customer loyalty, customer retention durature e consolidate

ARGOMENTI

Il corso si organizza secondo due moduli che viaggiano parallelamente e si integrano in ogni situazione:

- Comunicazione
- Lettura dei sistemi relazionali complessi





1 - Comunicazione e informazione

Tutto comunica, tutte le relazioni comportano trasferimento di informazioni. Ma l'informazione è realmente utile? E in quale quantità? E' possibile che si verifichi un eccesso indesiderato di informazioni?

Questo modulo intende gettare una rete nel grande mare della comunicazione e verificare quale ne sia il valore per una società che ambisce ad essere attiva, efficiente e produttiva.

A maggior ragione in un'epoca in cui – vedi l'esempio del Web 2.0 – è lo stesso utente che sviluppa i contenuti, creando un corto circuito nel meccanismo tradizionale che vedeva un'emittente trasmettere contenuti a uno o più riceventi. Se i ruoli si confondono, si perde anche il valore di ciò che si comunica?

- Analisi e approfondimenti sul ruolo della comunicazione nella società contemporanea
- Problematiche filosofiche e pratiche: verità, menzogna, versione ufficiale, voce di popolo
- L'iperbole nella comunicazione

WORKSHOP: fare un'intervista, organizzare un telegiornale, progettare e realizzare un documentario, scrivere un articolo per quotidiano, ecc.

2 - Il gruppo organizzato

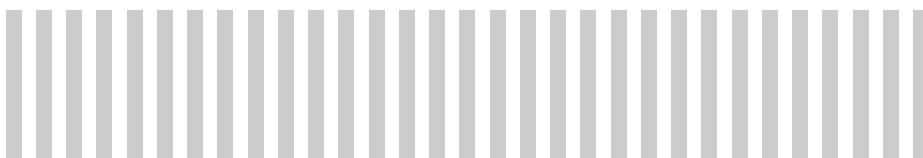
Ogni associazione, grande o piccola, tende a strutturare le proprie reti di comunicazione secondo criteri di "sistema". Ogni rete genera sottoreti e confluisce in network di scala superiore. In questo senso si può affermare – ed è ancora più vero da quando si fa un uso massiccio di internet – che ciascuno vive in nodo di un'unica rete globale.

Come muoversi all'interno di questa complessità? Come non perdere identità e gestire le informazioni realmente necessarie senza perdersi nell'oceano di rumore nel quale siamo immersi?

- La comunicazione interna
 - Condivisione degli obiettivi
 - Condivisione delle informazioni
- La comunicazione esterna
 - Il marketing relazionale
 - Il marketing commerciale

Operare per obiettivi e non per compiti

WORKSHOP: progettare una newsletter o una rivista, elaborare un progetto di comunicazione su intranet, utilizzare l'infotainment e i social media, ecc.





3 – Significanti e significati

Nel mondo globalizzato si ergono nuove barriere: la rete parla inglese; culture diverse attribuiscono valori diversi agli stessi simboli; la percezione del mondo varia a seconda dei soggetti. Neppure i codici visivi, anche quando depurati di ogni elemento verbale, sono interpretati ovunque allo stesso modo. E' possibile trasmettere un'informazione a un soggetto con cui si entra in relazione, prescindendo dalla sua formazione culturale?

I problemi della codifica e decodifica dei messaggi.

- La comunicazione visiva
 - I linguaggi e i codici
- L'immagine coordinata
 - Il graphic design (elaborazione di segni, portatori di significati all'interno di sistemi complessi)
- La rappresentazione
 - Contenuti e linguaggi (vedere la musica, ascoltare un'immagine)

WORKSHOP

confezionamento di un prodotto, realizzazione di un sistema segnaletico, ecc.

4 – Tecnica pubblicitaria (ovvero, efficace metafora di ogni comunicazione volta a creare una "opinione positiva" nell'interlocutore)

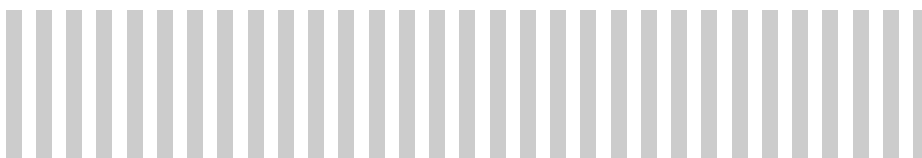
"Tutti campano vendendo qualcosa" (Mark Twain). Ognuno di noi, quando entra in relazione con altri esseri umani, tende a porsi come un mercante che espone i propri prodotti e punta diretto a creare le condizioni per cui si verifichi un atto d'acquisto. Le tecniche che si pongono in atto seguono schemi ordinati, anche se razionalmente non ne siamo sempre consapevoli.

La comunicazione pubblicitaria di origine anglosassone non ha fatto altro che strutturare e governare questi processi, allo scopo di garantire in ogni circostanza un'alta speranza di successo.

- La pubblicità come laboratorio della comunicazione
 - La strategia di comunicazione
 - Scenari (macroambiente e microambiente)
 - Target
 - Obiettivi di mkt
 - Obiettivi di comunicazione
 - Strategia
 - Piano d'azione
 - La copy strategy
 - Benefit
 - Reason Why
 - Mood Tone

WORKSHOP

creazione di una campagna pubblicitaria



5 – Creatività

L'efficacia delle relazioni umane è esaltata dalla capacità di coinvolgere gli interlocutori su un piano di partecipazione profonda. Un messaggio raggiunge il destinatario con migliore efficacia se lo coinvolge e in qualche misura lo coopta alla costruzione dell'“ultimo miglio”, rendendolo complice del processo di convincimento.

- Formulazione creativa del messaggio
 - Brainstorming
 - Benchmarking
 - Naming
 - Copywriting
- La parte destra del cervello
 - I paradossi logici
 - Lo zen e l'arte della comunicazione

WORKSHOP

progetto espressivo individuale, fotografia, scrittura, ecc.



- *sistema = interdipendenza tra livelli*
- *informazione = nesso fra differenze*
- *comunicare elo informare (seduzione-suggestione-manipolazione)*
- *non causa ma livelli di complessità*
- *non spiegazioni ma significati*

1 - Il gruppo come strumento di formazione, spazio-sistema di apprendimento

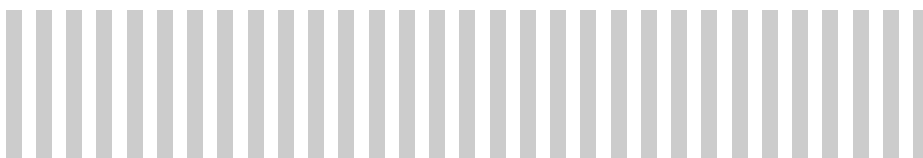
- il gruppo: sistema complesso
- relazione osservatore/oggetto osservato
- il gruppo come sistema che fornisce informazioni e molteplici livelli di lettura
- lettura circolare (non esiste causa effetto)

2 - La comunicazione

- la comunicazione può essere verbale e analogica (coerenza tra i due livelli)
- la comunicazione prevede un livello di contenuto e uno di relazione (in una comunicazione "efficace" l'aspetto di relazione recede sullo sfondo)
- la metacomunicazione, ovvero comunicare sulla comunicazione è il presupposto del riconoscimento e della consapevolezza
- funzione della "punteggiatura della sequenza" nell'osservazione dell'evento comunicativo
- caratteristiche delle interazioni: simmetriche o alla pari, complementari o variamente dislocate ecc.
- flessibilità nella "buona relazione"

3 - Il confine e sue disfunzioni

- il confine come capacità/possibilità di osservare e definire se stessi e l'altro all'interno di una relazione accettando lo spazio del confronto - conflitto - distanza - vicinanza
- l'invischiamento - la triangolazione - la disconferma - la svalutazione come sue disfunzioni



4 - Il conflitto

- conflitto e struttura del gruppo
- l'organizzazione come generatrice di aree conflittuali
- rapporto conflitto-informazione

5 - Negoziare

- negoziare come possibilità di risolvere un problema ricercando una soluzione che sia equa ed utile per entrambe le parti
- capacità di relativizzare le componenti emotive per essere concentrati sul contenuto e sull'obiettivo
- rapporto tra negoziazione e conflitto

WORKSHOP

utilizzando strumenti quali: role-play, simulate, problem-solving, osservazioni di riprese video, drammatizzazioni

- analisi e lettura di sequenze interattive
- osservazione e commento delle dinamiche del gruppo come materiale vivo di apprendimento
- riproduzione di situazioni paradigmatiche che emergano nel gruppo o portate dagli allievi come esperienze che si sono trovati a fronteggiare
- lettura di filmati di sequenze interattive: caccia agli errori



STRUTTURA DEL MASTER



- 12 incontri a cadenza quindicinale, della durata di 10 ore ciascuno, per una platea di 15/30 persone.
- Le attività saranno prevalentemente di laboratorio, inteso come spazio per l'elaborazione di progetti, esperienze, analisi, sia individuali che di gruppi di varie dimensioni.
- Agli allievi viene chiesto di esporsi, sia pure in ambiti controllati e secondo regole condivise, nella produzione di esperienze creative, di relazione, di osservazione. A tutto questo si aggiunge un'attività specifica di reporting nella quale riflettono sugli eventi e ne traggono sintesi utili.
- Le nozioni teoriche vengono somministrate quando l'esperienza diretta genera la necessità di una pausa di approfondimento.

COME SI ACCEDE AL MASTER



- L'iscrizione è subordinata ad un colloquio con i docenti, finalizzato alla definizione del profilo, della posizione già ricoperta e delle esperienze vissute, oltre che delle aspettative di ciascuno.
- A seconda della conformazione del gruppo (e della effettiva utilità) i docenti si renderanno disponibili a svolgere parte del corso all'interno delle aziende/istituzioni interessate. In questo senso può entrare nel corso un'intera funzione aziendale.

TIROCINIO



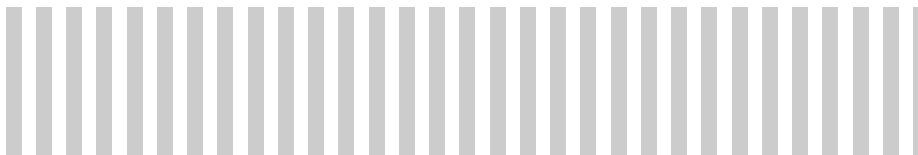
Ciascun modulo comprende workshop sia nel segmento della comunicazione che in quello della lettura dei sistemi complessi. Questi laboratori, coinvolgendo gli allievi in situazioni para/professionali tutorate, li obbligano ad esporsi, ciascuno con il proprio bagaglio di cultura, sensibilità, creatività e disponibilità alla relazione. A fine corso ogni allievo avrà affrontato numerose situazioni "reali" della propria professione, mettendo in campo tutte le risorse di cui dispone. L'analisi dei risultati di queste attività completa il percorso di consapevolezza che il corso intende generare e radicare nel vissuto personale di ciascuno.

ESAME FINALE E ATTESTATO



Un'autovalutazione, gestita dall'allievo sul proprio lavoro svolto all'interno della dinamica del gruppo, costituisce la misurazione finale dei risultati conseguiti.

Il Cenaf rilascerà un attestato di partecipazione al corso.



MODALITÀ D'ISCRIZIONE



Coloro che intendono iscriversi al Master devono inviare alla sede nazionale del Cenaf, Centro Nazionale Alta Formazione un curriculum con informazioni dettagliate sulle proprie esperienze formative e professionali.

Il curriculum può essere inviato per posta (Via Boezio 4/C - 00193 Roma), via fax (06- 32803227) o via e-mail (info@cenaf.it). Un'apposita Commissione valuterà il curriculum entro cinque giorni dalla ricezione dello stesso. L'aspirante Corsista riceverà una comunicazione ufficiale sull'idoneità o meno per l'accesso al Master.

Gli aspiranti Corsisti ritenuti idonei saranno ammessi ad un colloquio secondo l'ordine cronologico di ricezione del curriculum e fino a copertura dei 30 posti disponibili.

QUOTA D'ISCRIZIONE E PARTECIPAZIONE



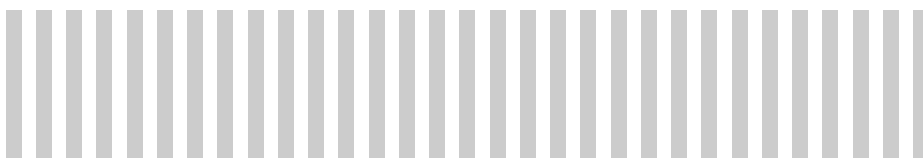
La quota di partecipazione comprende: la frequenza alle lezioni, ai seminari e ai workshop di approfondimento; il materiale didattico; la polizza assicurativa di responsabilità civile; il rilascio dell'attestato finale.

Quota di iscrizione e partecipazione:

Il Master ha un costo complessivo di € 2.000 + IVA (20%), dei quali € 500 + IVA (20%) per l'iscrizione.

Il Cenaf prevede quote di partecipazione agevolate per coloro i quali frequentino più di un master da essi organizzato. Il Master è attivato dopo il raggiungimento di un minimo di iscritti definito dal dal Cenaf.

Qualora il numero degli iscritti al Master risultasse inferiore a tale minimo, la quota di partecipazione verrà prontamente restituita.



NOTE SUL CENAF

Il CENAF s.r.l. Centro Nazionale di Alta Formazione in collaborazione con il Cenaf, Centro Nazionale Alta Formazione promuove, organizza e gestisce master e corsi di alta formazione inerenti un'ampia gamma di tematiche, quali la psicologia scolastica, i disturbi dell'apprendimento e la mediazione familiare; consente la divulgazione scientifica dei risultati delle più recenti ricerche condotte in ambito psicologico; organizza e promuove convegni, conferenze e seminari; contribuisce alla diffusione di conoscenze specializzate tramite riviste e libri. Il centro si avvale della collaborazione di personaggi di spicco della comunità scientifica, sia in campo psicologico che giuridico, che portano il loro contributo tanto teorico quanto applicativo.

FORMAZIONE

Nel campo della formazione il CENAF realizza Master rivolti sia a giovani laureati che a professionisti nonché corsi brevi di educazione permanente. Scopo principale della formazione del Cenaf è lo sviluppo di una formazione di altro profilo, articolata in modo da rispondere a specifiche esigenze professionali. La metodologia didattica è caratterizzata da un approccio interattivo, con esercitazioni, role playing, case-study, lavori di gruppi. Dal 2008, in collaborazione con il Cenaf, Centro Nazionale Alta Formazione, il Cenaf s.r.l organizza Master in Mediazione Familiare e in Psicologia Scolastica.

DOCENZA

La qualità della docenza è alla base della reputazione del Cenaf s.r.l. La formazione in aula si avvale della presenza di docenti provenienti dai principali Atenei nazionali e da Associazioni Nazionali ed Internazionali impegnati nella presentazione di casi studio e della loro concreta esperienza di lavoro.

TIROCINIO

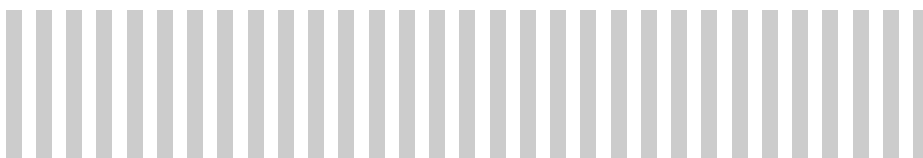
I tirocini, previsti nella seconda parte dei master, sono garantiti a tutti i partecipanti grazie a numerose convenzioni con centri specializzati in diverse sedi nazionali.

SEDI OPERATIVE

Le sedi operative dei master organizzati dal Cenaf s.r.l. sono: MILANO – ROMA – BOLOGNA e PALERMO – POTENZA – AGRIGENTO – PERUGIA.

SEDE NAZIONALE

Via Boezio 4/C 00193 Roma
Tel. 06 32803313



GLI ALTRI MASTER/CORSI DEL CENAF IN COLLABORAZIONE CON CENTRO STUDI BRUNER

MASTER IN MEDIAZIONE FAMILIARE

(OPERATIVO-PRATICO)

Sono aperte le iscrizioni per il [Master in Mediazione Familiare](#) nelle sedi di **Milano, Roma, Bologna, Palermo, Torino e Potenza**, edizioni **2010**. Tutti i Master in Mediazione Familiare del Centro Studi Bruner sono Accreditati dall'**Aimef** (Associazione Italiana Mediatori Familiari), Ufficialmente Riconosciuti dal **Forum Europeo** di Ricerca e Formazione in Mediazione Familiare e con il Patrocinio del **Mediacon**, Associazione Nazionale di Mediazione e Conciliazione.

CREDITI FORMATIVI PER AVVOCATI

TIROCINIO garantito in diverse sedi italiane ed estere - **SUPERVISIONE**

MASTER IN PSICOLOGIA SCOLASTICA

(OPERATIVO-PRATICO)

Sono aperte le iscrizioni per il Master in Psicologia Scolastica nelle sedi di **Milano, Roma, Bologna e Palermo**, edizioni **2010**. Ufficialmente riconosciuto dal **CEDA**, Centro Europeo Disturbi dell'Apprendimento. Possibilità di partecipare a progetti e/o ricerche nelle scuole, come nelle precedenti edizioni.

CREDITI ECM PER PSICOLOGI

TIROCINIO - **SUPERVISIONE**

MASTER SUI DISTURBI SPECIFICI DELL'APPRENDIMENTO

(OPERATIVO-PRATICO)

Sono aperte le iscrizioni per il Master sui Disturbi Specifici dell'Apprendimento nella sede di **Milano, Roma e Palermo** edizioni **2010**.

Ufficialmente riconosciuto dal **CEDA**, Centro Europeo Disturbi dell'Apprendimento.

Strumenti e tecniche per la prevenzione, la diagnosi e l'intervento sui Disturbi Specifici dell'Apprendimento.

CREDITI ECM PER MEDICI E PSICOLOGI

TIROCINIO IN ESCLUSIVA - **SUPERVISIONE**

MASTER IN PSICODIAGNOSTICA

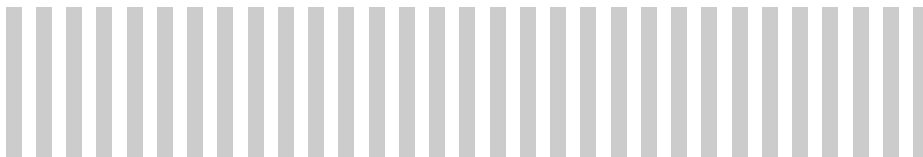
(OPERATIVO-PRATICO)

Sono aperte le iscrizioni per il Master in Psicodiagnostica nelle sedi di **Milano, Roma, Bologna e Palermo**, edizioni **2010**.

Ufficialmente riconosciuto dal **CEDA**, Centro Europeo Disturbi dell'Apprendimento.

Strumenti e tecniche per operare in ambito clinico, peritale, evolutivo-scolastico e aziendale.

TIROCINIO - **SUPERVISIONE** - STUDIO DI PROTOCOLLI E CASI CLINICI - -
SIMULATE - CREDITI ECM PER MEDICI E PSICOLOGI



**CORSO DI PERFEZIONAMENTO SULLA PERIZIA PSICOLOGICA
IN COLLABORAZIONE CON LA CAMERA MINORILE ORAZIO CAMPO
(OPERATIVO-PRATICO)**

Sono aperte le iscrizioni per il Corso di perfezionamento sulla perizia psicologica nella sede di **Palermo**, edizione **2010**.

Strumenti e tecniche per operare in ambito giuridico, sia civile che penale.

TIROCINIO con consulenti del TRIBUNALE - SUPERVISIONE

CREDITI ECM PER MEDICI E PSICOLOGI

**CORSO DI PERFEZIONAMENTO PER MEDIATORI FAMILIARI
"IL PEACEBUILDER CREATIVO"**

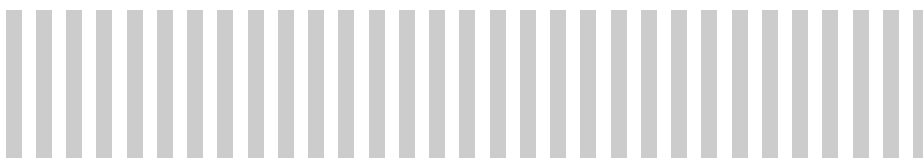
(OPERATIVO-PRATICO)

Sono aperte le iscrizioni per il Corso di perfezionamento per mediatori familiari

"Il peacebuilder creativo" nelle sedi di **Milano** e **Roma**, edizione **2010**.

Strategie innovative per la mediazione.

Accreditato dall'**Aimef** (Associazione Italiana Mediatori Familiari),
Ufficialmente Riconosciuto dal **Forum Europeo di Ricerca e Formazione in
Mediazione Familiare** e con il Patrocinio di **Costellazione Famiglia**



DOCENTI



Dott.ssa ASSUNTA BONA

psicologa-analista psicoterapeuta

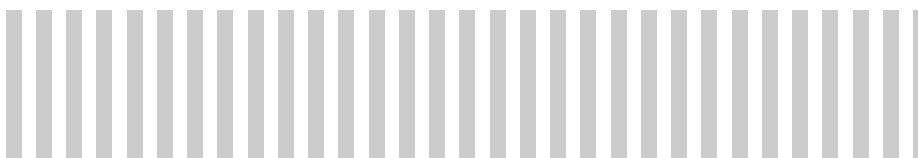
(iscr. Albo Psicologi n. 3871 - iscr. Albo Psicoterapeuti n. 1755 del 2/7/95)

CURRICULUM PROFESSIONALE

- dal 1986 Studio privato via Cavour, 325 - Roma
attività privata come psicologa-analista (indirizzo analitico-junghiano) e terapeuta della coppia e della famiglia (indirizzo sistemico-relazionale)
- 1984/1989 Direzione Didattica di Pomezia
- attività di consulenza e formazione con interventi sul sistema scolastico e sulle strutture territoriali di riabilitazione con approccio sistemico-relazionale
- supervisione delle attività di sostegno ai portatori di handicap coordinamento fra l'istituzione scolastica e le strutture territoriali
- consulenza alle famiglie di portatori di handicap
- attività clinica con i portatori di handicap e le famiglie
- 1988/1998 Centro medico "Caravaggio" via Accademia degli Agiati 65/67 – Roma, attività di consulenza alla coppia e alla famiglia supervisione, formazione e consulenza alla equipe sanitaria
- 1988/1990 UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI ROMA
cattedra di Psicologia dell'età evolutiva (prof.ssa A.Maria Dell'Antonio) attività di ricerca e collaborazione
- 1989/1991 Liceo Scientifico "Primo Levi" – Roma
attività di consulenza e formazione con interventi sul sistema scolastico, con approccio sistemico-relazionale
- 1990/2004 (A.I.P.A.) ASSOCIAZIONE PER LO STUDIO DELLA PSICOLOGIA ANALITICA via G. Pisanelli, 1 – Roma
Collaborazione in attività di sperimentazione e ricerca clinica
- Dal 1997 LABORATORIO ANALITICO DELLE IMMAGINI (L.A.I.)
via dei Giordani, 18 – Roma
Collaborazione in attività di formazione, sperimentazione e ricerca sull'uso della sand-play in terapia con adulti
- 1999/2001 IGS IMPRENDITORIA GIOVANILE via Campo nell'Elba, 32 - Roma
-rapporto di consulenza continuativa alla struttura "Risorse Umane" della Fondazione
-attività di formazione in osservazione sistemico-relazionale
-Valutazioni di Potenziale
-Analisi di clima aziendale
- 2001/2004 D.B.M. via del Circo Massimo – Roma
-valutazioni di potenziale
-colloqui e somministrazione test per ricollocamento professionale
- dal 2003 COOPERATIVA ARCOBALENA- salita S: Gregorio- Roma
-rapporto di consulenza e supervisione alla equipe degli operatori
- 2009 presso il proprio studio
-rapporto di consulenza con il Centro Studi Bruner per il tirocinio a gruppi in formazione:
master di mediazione familiare

Studio: 00185 Roma - via Cavour 325 - tel. 06 6780130

Abitazione: 00134 Roma - via Positano 101 - tel 06 7197579 - Cell. 349 4326478



DOCENTI



Arch. GIUSEPPE REGGIO

Vive a Roma, dove è nato il 13 ottobre 1951.

CURRICULUM PROFESSIONALE

Ha iniziato la sua attività nel 1974, presso lo studio Atwork di Roma, specializzato in servizi per la comunicazione.

Successivamente ha intrapreso una carriera di art director dapprima in ODG (prima agenzia di pubblicità italiana) dove diviene Direttore Creativo, e poi in Sarin, ATA Belier e Belier Roma.

Nel 1991 diviene Direttore Generale Associato, Strategic Planner e Direttore Creativo della BGS - Barbella Gagliardi Saffirio, sede di Roma, nonché consigliere di amministrazione di Azzurra, agenzia di pubblicità del gruppo BGS. Da allora svolge attività di consulenza strategica e creativa per numerosi clienti e agenzie di pubblicità.

Ha conseguito la Laurea in Architettura presso la Facoltà di Valle Giulia dell'Università La Sapienza di Roma, con votazione 110/110.

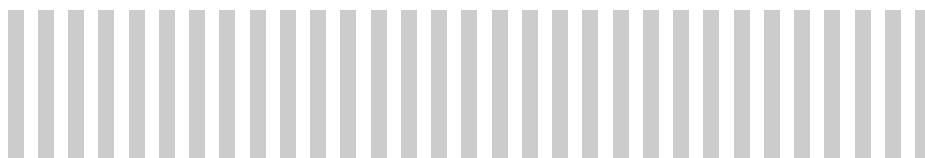
È associato all'Art Director Club e alla TP con la qualifica di Tecnico Pubblicitario Professionista.

Svolge attività formative nel campo della didattica per i Master post-universitari in Marketing, Comunicazione d'Impresa e Tecnica Pubblicitaria e dei corsi TP.

La sua formazione professionale si è sviluppata nella Pianificazione Strategica e nella Creatività, applicata in ogni campo della Comunicazione d'Impresa: advertising, promotion, incentive, special events, conventions, ecc. Sviluppa la creatività per marchi d'impresa, di prodotto e di evento, gestendo i relativi sistemi di coordinamento dell'immagine.

Svolge da tempo il ruolo di Direttore Strategico/Creativo per grandi clienti, progettando piani di comunicazione pluriennali, e coordinando azioni complesse sia above che below the line.

Grazie alla sua competenza architettonica, progetta e realizza installazioni e architetture, sia permanenti che temporanee, per la comunicazione, quali musei aziendali, mostre, scenografie, installazioni artistiche, ecc.





www.cenaf.it
info@cenaf.it

tel 06 32803313
fax 32803227

