Università Mercatorum

Università telematica delle Camere di Commercio Italiane

PROGRAMMA DEL CORSO DI COACHING E TECNICHE DI VENDITA

SETTORE SCIENTIFICO

SECS-P/08

CFU

10

DESCRIZIONE

1. INTRODUZIONE ALLA PNL: LA COMUNICAZIONE

2. IL MODELLAMENTO DELL'ECCELLENZA: DA UTENTI A PROGRAMMATORI

3. I PRESUPPOSTI DELLA PNL

4. LE CARATTERISTICHE DELLA COMUNICAZIONE

5. LE MILESTONE E L'EVOLUZIONE DELLA NEUROLINGUISTICA: DAL CASO GAGE AL

"CASO"RIZZOLATTI

6. I PROCESSI DI PENSIERO DEL CERVELLO. SEMPRE E COMUNQUE ESEMPIO DI PERFEZIONE?

7. L'AUTOMATISMO NELLA COMUNICAZIONE: IL MUSHIN NO SHIN E LE TRAPPOLE DEL COGNITIVO

AUTOMATICO

8. I PROCESSI DI PENSIERO DELLA SCIMMIA NUDA: INTRODUZIONE AI MICRO-SEGNALI NON

VERBALI

9. I MICRO-SEGNALI

10. L'ACUITA' SENSORIALE NELLA CALIBRAZIONE DEI TRE LIVELLI DELLA COMUNICAZIONE

11. I SISTEMI RAPPRESENTAZIONALI

12. I SEGNALI DI ACCESSO OCULARI

13. LIVELLI DI EMPATIA: DALLA FORMA AL CONTENUTO

14. PADRONANZA DEL "LINGUAGGIO PRECISO" E METALINGUAGGIO: COSI' DIVENTA POSSIBILE IL

RICALCO PERFETTO DELLE MAPPE MENTALI ALTRUI

15. I SEGRETI, I LIMITI E LA STREPITOSA FORZA CREATIVA DEL LINGUAGGIO

16. DAL PENSIERO PROFONDO AL LINGUAGGIO SUPERFICIALE: L'IO CONSAPEVOLE E I TRE

MECCANISMI TRAFORMAZIONALI UNIVERSALI

17. LE DEGENERAZIONI DEL LINGUAGGIO E I RELATIVI RIMEDI, RESI POSSIBILI DA UN UTILIZZO

IMPECCABILE DEL METAMODELLO

18. OPERATORI MODALI, CANCELLAZIONI E DOMANDE ANTIDOTO

19. LE DEFORMAZIONI E IL MONDO DELLA PERSUASIONE

20. GLI ASPETTI IMPLICITI DEL LINGUAGGIO E LE CONVINZIONI

21. DALL'ESTRAZIONE DELLE CREDENZE ALL'IMPORTANZA DEI VALORI

22. DAI CRITERI DI SODDISFAZIONE AI PROCESSI DI PERCEZIONE INTERNA

23. INTRODUZIONE ALLA MENTALITÀ VINCENTE

24. VITTORIA E SCONFITTA NEL MINDSET

25. IL CANVAS DELLA SCONFITTA

26. IN MEDIO STAT VIRTUS: VERSO IL CANVAS VINCENTE

27. AUTOMATIZZAZIONE DELLE FUNZIONI, VIDEO DOMANDE E ROADMAP

28. LA MATRICE A 4 DEL VINCERE/PERDERE

29. LA SCONFITTA VINCENTE

30. IL CANVAS DELLA SCONFITTA VINCENTE

31. IL CANVAS DELLA MENTALITÀ VINCENTE 2

32. INTRODUZIONE AL DIGITAL BUSINESS MINDSET

33. LE COMPONENTI ESSENZIALI DEL DBM

34. LE ALTRE COMPONENTI DEL DBM

35. LE 6 CONVINZIONI ERRATE NEMICHE DEL SUCCESSO ONLINE

36. I 7 ELEMENTI DECISIVI PER UN PERCORSO DI MARKETING EFFICACE

37. IL MINDSET VINCENTE NEL MONDO DEI SOCIAL

38. THE FACEBOOK FUNNEL

39. IL LATO OSCURO DEL DIGITAL MINDSET

40. INFO-STRESS: SINTOMI E CURA. COME CAMBIARE IL TUO MINDSET

41. INTRODUZIONE ALLE STRATEGIE DI GESTIONE DELL'AULA

42. LE RISORSE DI CUI AVVALERSI IN AULA

43. UN'ESPERIENZA FORMATIVA UNICA E IRRIPETIBILE

44. INDICATORI COMPORTAMENTALI NELLE FASI DEL PUBLIC SPEAKING

45. LA PNL NEL MODELLO SAGDA

46. PERFETTA SINTONIA CON L'AULA

47. L'APPROCCIO SISTEMICO ALLA FORMAZIONE

48. LE TRE DIVERSE FIGURE PROFESSIONALI DELLO PSICOLOGO, DEL COACH E DEL COUNSELOR

49. IL CONCETTO DI BENESSERE MENTALE ED I POSSIBILI ERRORI DI UN COACH

50. DIVENTARE PROFESSIONISTI DEL COACHING

51. PIONIERI E CAPISALDI DEL COACHING

52. IL COACH: CHI È, COSA FA E COME DEVE FARLO

53. I MODELLI DI MINDSET

54. OBIETTIVO SUCCESSO

55. LABORATORIO DI COACHING: SPUNTI DI OSSERVAZIONE

56. UNA SESSIONE DI BUSINESS COACHING

57. UNA SESSIONE DI LIFE COACHING

58. UNA SESSIONE DI SPORT COACHING