

MASTER

BUSINESS & INNOVATION COACHING

PROFILO IN USCITA

La figura dell'esperto in "**Business & Innovation Coaching**", svolge attività specialistica a favore di persone e organizzazioni orientate al futuro.

Il professionista utilizza strumenti per *facilitare il cambiamento*, la comunicazione, la leadership e le competenze relazionali fondamentali nella gestione dei team.

FINALITA' E OBIETTIVI

Il coaching è definito una "attività di consulenza" alle persone, siano essi singoli o gruppi; è caratterizzato da un insieme di tecniche e metodologie direttive, formative e motivazionali. Esso ha come finalità: l'attivazione di consapevolezza nuove nel cliente e il sostegno dello stesso nel suo personale processo di acquisizione di obiettivi e, nello sviluppo di specifiche abilità e competenze.

In concreto, gli elementi della relazione di coaching sono:

- individuazione di obiettivi specifici inerenti il miglioramento dei parametri di efficacia e di efficienza del comportamento professionale e/o sociale del cliente;
- definizione e valutazione degli specifici punti di forza e debolezza della persona che chiede l'intervento di coaching;
- costruzione di un rapporto interpersonale finalizzato all'acquisizione degli obiettivi definiti e pragmaticamente riconoscibili da risultati, a livello individuale (di qualità e quantità delle nuove conoscenze e dei cambiamenti comportamentali), a livello di gruppo (variazioni dell'efficienza e dell'efficacia operativa) e a livello di organizzazione (miglioramento delle attività gestionali).

PLUS DEL MASTER

L'intervento di Coaching, pur collocandosi sul confine delle discipline inerenti all'organizzazione e alle pratiche di aiuto interpersonale, si differenzia sia dalle forme tipiche di consulenza aziendale (counseling, training, mentoring, tutoring) sia dalle attività psicoterapeutiche.

L'intervento di coaching è soprattutto un "intervento di processo" focalizzato sul produrre velocemente significativi cambiamenti nel comportamento presente e futuro del cliente.

L'espressione "intervento di processo" vuole sottolineare che: scopo ultimo dell'attività di Coaching è far arrivare il cliente stesso a disporre di tecniche cognitive e comportamentali adeguate a produrre in maniera autonoma e indipendente le soluzioni desiderate.

Un processo attraverso cui il cliente riceve strumenti concettuali con i quali:

- definire le proprie aspirazioni;
- focalizzare gli obiettivi necessari alla loro realizzazione;
- motivarsi all'impegno;
- sviluppare competenze professionali e relazionali;
- potenziare la consapevolezza di "possederle".

DESTINATARI

Laureati: Studenti, Dipendenti, Professionisti, Manager, Giovani Imprenditori

ATTESTATI E TITOLI RICONOSCIUTI

Attestato di Frequenza CSAD-Regione puglia

Certificato di competenze acquisite IKOS - Duc in Altum Srl SB

ORGANIZZAZIONE DIDATTICA DEL MASTER

Il Master prevede una durata complessiva di 1000 ore di attività formative, così suddivise:

- 500 ore di aula
- 450 ore di stage
- 50 ore di Project Work

Gli studenti lavoratori potranno chiedere di convertire le ore di Stage in ore di Project Work.

SERVIZIO DI ORIENTAMENTO

Tutti gli allievi dei Master potranno usufruire di un servizio di Orientamento in Entrata e in Uscita, svolto da personale qualificato, durante tutto il periodo formativo ed è finalizzato a promuovere la motivazione e a facilitare le scelte per la realizzazione del proprio progetto personale e professionale.

Il Costo del Master è di € 7.500,00

Il Master avrà inizio a Ottobre/Novembre 2023

Il Master è Finanziabile fino al 100% con Bando della Regione Puglia "PASS LAUREATI".

MASTER in

BUSINESS INNOVATION COACHING

**FINANZIABILE FINO AL
100% CON PASS LAUREATI**

PROFILO IN USCITA

La figura dell'esperto in **"Business & Innovation Coaching"**, svolge attività specialistica a favore di persone e organizzazioni orientate al futuro.

Il professionista utilizza strumenti per facilitare il cambiamento, la comunicazione, la leadership e le competenze relazionali fondamentali nella gestione dei team.

DESTINATARI

- ✓ Laureati
- ✓ Professionisti
- ✓ Imprenditori



**Stage in
collaborazione con**

I NOSTRI PLUS



**PERCORSI FORMATIVI
RICONOSCIUTI ACCREDIA
RILASCIO ATTESTATI
DI QUALIFICA**



**STAGE GARANTITO
AL 100%**



**AZIENDE PUBBLICHE
E PRIVATE NAZIONALI E
MULTINAZIONALI
LEADER NEL SETTORE**



**DOCENTI: MANAGER
AZIENDALI, CONSULENTI
SENIORE PROFESSIONISTI
AFFERMATI**

MODULI DEL MASTER

MOD. A - Professionalità ed Etica: Il coaching è una professione che richiede un alto standard etico e di professionalità. Gli obiettivi sono orientati a promuovere la consapevolezza etica e l'integrità professionale, come ad esempio il rispetto della confidenzialità, la gestione delle situazioni delicate e il mantenimento di una continua formazione e supervisione.

MOD. B - Consapevolezza di sé: Il coaching efficace richiede una buona consapevolezza di sé. Gli obiettivi includono lo sviluppo della consapevolezza emotiva, l'auto-riflessione e l'esplorazione delle convinzioni personali. I partecipanti sono chiamati a esaminare attentamente se stessi, i propri valori, i punti di forza e le aree di sviluppo per diventare dei coach più autentici ed efficaci.

MOD. C - Competenze relazionali: Il coaching si basa su una relazione di fiducia tra coach e coachee. Obiettivi sfidanti riguardano lo sviluppo di competenze relazionali avanzate, come l'empatia, la comprensione delle dinamiche interpersonali, la gestione dei conflitti e la capacità di costruire rapporti solidi con i coachee e l'apprendimento di tecniche di comunicazione efficace, l'abilità di fare domande potenti, l'ascolto attivo e l'empatia.

MOD. D - Competenze di business: Fornire ai partecipanti una solida base di competenze che riferiscono ai processi aziendali e nuovi modelli organizzativi e di business orientati alla certificazione BCORP e le altre certificazioni per la sostenibilità e responsabilità sociale.

MOD. E - Capacità di facilitare il cambiamento: Il coaching è spesso finalizzato al cambiamento personale, professionale, organizzativo. In questo master gli obiettivi si focalizzano sullo sviluppo di competenze per facilitare il cambiamento incrementale e radicale delle organizzazioni, come l'identificazione di obiettivi di visione, strategici e operativi ben definiti, la creazione di progetti di pianificazione strategica, e la gestione delle resistenze al cambiamento.

MOD. F - Competenze di Leadership e Team working: Molti coach lavorano anche come leader o manager in contesti organizzativi. Un obiettivo sfidante è quello di sviluppare competenze di leadership avanzate, oltre alla direzione del personale, la gestione di un team, la comunicazione, parlare in pubblico, la delega efficace.

MOD. G - Personal branding: Un piano di personal branding per un coach è un processo strategico finalizzato a costruire una forte e autentica presenza online e offline, posizionando il coach come un'importante figura di riferimento nella sua nicchia di mercato.

MOD. A - Professionalità ed Etica:

- Caratteristiche e finalità del Coaching
- I principi del coaching: neutralità e responsabilità
- I processi nel coaching:
 - Analisi di fattibilità e Coachability
 - La relazione con la committenza/coachee
 - Le fasi del processo di Coaching e stipulazione del patto
 - L'analisi dei bisogni e definizione degli obiettivi
 - La Costruzione di Obiettivi ben formati
 - Individuazione e monitoraggio del piano d'azione
 - Monitoraggio e valutazione della performance e follow-up finale
- Le virtù del Coach
- Etica ed integrità professionale
- Apprendimento continuo

MOD. B - Consapevolezza di sé

- Conoscere se stessi, i propri valori, i punti di forza e le aree di sviluppo per diventare Coach efficaci
- Sviluppo della propria consapevolezza emotiva
- L'auto-riflessione e l'esplorazione delle convinzioni personali, limitanti e potenzianti

MOD. C - Competenze relazionali:

SKILLS FONDAMENTALI:

- Tecniche di comunicazione verbale e intelligenza linguistica
- Tecniche di comunicazione non verbale
- Obiettivo Ben Formato
Il modus della comunicazione: l'utilizzo del linguaggio sensoriale per la definizione delle mappe mentali
- Il linguaggio della ridefinizione: domande strategiche per ridefinire i modelli di senso e di realtà (meta-modello semplificato)
- Il linguaggio delle metafore per l'Empowerment
- Linguaggi e modelli comportamentali: individuare e utilizzare i meta programmi mentali finalizzati alla motivazione e alla formazione in plenaria
- Il linguaggio non violento e assertivo per l'Empowerment delle risorse umane

A LIVELLO DI NEGOZIAZIONE:

- Tecniche di riformulazione ed equivalenza di criteri: differenza tra bisogni, valori e criteri (piramide di Dilts vs Piramide di Maslow)
- Tecniche di negoziazione nella gestione dei conflitti interiori: Squash

- Tecniche di visualizzazione per il cambiamento di abitudini e comportamenti: Swish

MOD. D - Competenze di business:

- Conoscere l'impresa del terzo millennio
- L'approccio sistemico
- La Pianificazione e Strategia
- Project management
- Problem solving
- La gestione di un Team vincente, il "gruppo che apprende"
- Le società Benefit
- Le certificazioni (BCORP e altre per la sostenibilità e responsabilità sociale)

MOD. E - Capacità di facilitare il cambiamento:

- Il Change management
- Gestione delle resistenze al cambiamento
- Competenze per facilitare il cambiamento,
- Il cambiamento per le sfide del terzo millennio
- Creazione di piani d'azione efficaci
- Empowerment per il cambiamento

MOD. F - Competenze di leadership e Team working:

- Stili di leadership
- Le virtù del leader
- Umiltà l'unico sostantivo della leadership
- La direzione del personale – Carrer Coaching
- La comunicazione efficace (persuasiva...)
- Parlare in pubblico
- Come creare setting valoriali di team: credenze, valori e convinzioni
- Coaching e performance: tecniche di gestione dei feedback costruttivi

MOD G - Personal branding:

- Cenni su trend e scenari della reputazione, dell'immagine edell'autorevolezza del brand di un professionista
- Strategia di marketing integrato, online e offline: costruzione dell'identità del brand di un professionista
- Brand e personal reputation online: cos'è e come rafforzarla con ilmarketing digitale e i social network