|  |  |
| --- | --- |
| **Title** | 2.5 Mobilitare gli Altri |
| **Keywords (meta tag)** | **Imprenditore, convinzione, leadership, trasparenza, cooperazione, casa dell'entusiasmo, comunicazione, comunicazione online, persuasione, capacità di negoziazione.** |
| **Lingua** | Italiano |
| **Obiettivi/Risultati di apprendimento** | |
| * Essere consapevoli degli aspetti principali dell'entusiasmo e dell'ispirazione; * Diventare consapevoli dell'importanza di come convincere il gruppo target; * Essere consapevoli che una buona comunicazione preparata è molto importante per comunicare chiaramente le proprie idee agli altri; * La comunicazione è importante per rendere gli altri interessati ed entusiasti delle proprie idee; * Conoscere i segreti di una buona comunicazione; * La comunicazione necessita di entrambi i tipi di sistema: equilibrio tra comunicazione digitale e personale; * Comprendere il concetto e le caratteristiche di base della persuasion; * Acquisire familiarità con il processo di persuasione; * Imparare a persuadere gli altri in modo efficace; * Diventare consapevoli sull'importanza della negoziazione. | |
| **Contenuti in breve** | |
| **2.5.A Convincere attraverso l’entusiamo e l’ispirazione**  Oggi abbiamo molti esempi imprenditori di successo nel mondo. Il loro successo si basa sull'entusiasmo e sull'ispirazione.  Per lo studente è importante conoscere gli aspetti principali dell'entusiasmo. In questo corso vogliamo offrire i 12 aspetti più importanti per una buona implementazione di questi Topic. Un aspetto importante dell'unità infatti è prendere coscienza della propria capacità di essere entusiasti. Saranno presentati gli effetti dell'entusiasmo su una nuova impresa. La fase finale dell'unità è la costruzione della cosidetta “House of Enthusiasms”, con i propri obiettivi, gruppi target e attività.  **2.5.B Comunicazione: efficace, orientate ai media e sostenibile**  All'interno di questa unità cerchiamo di spiegare gli aspetti più importanti di una comunicazione di successo come fattore importante per mobilitare gli altri. Parte dell'unità propone da un lato una serie di suggerimenti e dall’altro lato gli errori comuni. L’unità spiega il processo di comunicazione e connessione tra l’imprenditorialità di successo e la comunicazione. Un aspetto importante è anche la riflessione sulla propria comunicazione.  **2.5.C Persuadere e ispirare gli altri in attività di creazione di valore**  All'interno di questa unità saranno illustrati le fondamenta della persuasione e come lo studente può usare la persuasione come mezzo per ispirare e coinvolgere gli altri nelle propre attività di creazione di valore. L'analisi di questa unità si concentra sulle caratteristiche che caratterizzano il processo di persuasione, nonché sugli step che lo studente deve seguire per convincere con successo un'altra parte. | |
| **Glossario** | |
| **Convinzione:** Ferma certezza morale e/o intellettuale;  **Entusiamo:** Incontenibile spinta ad agire e operare dando se stesso. Parola che proviene dal Greco enthousiasmos da enthous, che significa “posseduto da Dio, Ispirato”.  **Apprendimento Permanente:** Si intende l'educazione durante tutto l'arco della vita, dalla nascità alla morte, quell'educazione che inizia ancor prima della scuola e si prolunga fin dopo il pensionamento.  **Creatività:** la capacità di trovare idee o soluzioni nuove, combinare gli elementi a disposizione in qualcosa di nuovo e “funzionante”, risolvere problemi in modo originale e modificare l’esistente migliorandolo.  **Comunicazione:** si intende il processo e le modalità di trasmissione di un'informazione da un individuo a un altro (o da un luogo a un altro), attraverso lo scambio di un messaggio elaborato secondo le regole di un determinato [codice](https://it.wikipedia.org/wiki/Codice_(teoria_dell%27informazione)) comune quali simboli, scrittura, lingua, segni ecc.  **Linguaggio del corpo**: tutte quelle informazioni durante una conversazione che non sono visibili: espressioni facciali (mimiche), movimenti ecc.  **Intelligenza Artificiale:** è l'abilità di una macchina di mostrare capacità umane quali il ragionamento, l'apprendimento, la pianificazione e la creatività.  **Chatbots:** Un chatbot è un prodotto software capace di simulare una conversazione intelligente con un essere umano, attraverso l'uso del testo o della voce  **Persuasione:** Una forma di influenza. La persuasione è l'arte di modificare l'atteggiamento o il comportamento altrui attraverso uno scambio di messaggi.  La persuasione non è manipolazione o coercizione e non include inganno, forza o invio di ordini.  **Persuaso:** individuo che viene persuaso da un'altra parte.  **Appropriatezza:** la qualità di essere idoneo o adeguato alle circostanze.  **Coerenza**: insieme di azioni che sono in linea con l'esperienza, le convinzioni e le attività di una persona.  **Efficacia:** Capacità di produrre l'effetto e i risultati voluti o sperati. | |
| **Bibliography, further References and related material (i.e. YouTube seminary)** | |
| * Begeisterung finden: <https://www.lebensfreude-begeisterung.de/beigeisterung> * Begeisterung macht den Unterschied: <https://begeisterung.de> * Die zehn Eigenschaften eines erfolgreichen Unternehmens: <https://www.dell.com/learn7de7de7debsoft17sb3607sep12-newsletter-1> * Neue Qualität für Ihre Entscheidungen - Fountain Park: company <https://faehrmannschaft.de/gemeinsam-gehts-stakeholder-engagement-als-wettbewerbsvorteil/whitepaper_stakeholder_engagement/> * Delivering Tomorrow, Deutsche Post AG, Bonn August 2014 * Projektkommunikation die Stakeholder begeistert 24.08.2020 <https://projektmagazin.de/meilenstein/projektmanagement-blog/projektkommunikation-5-leitlinien-stakeholder-begeistern> * <https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-83511-6_10> * <https://www.fuer-gruender.de/wiisen/unternehmen-gruenden/aussenauftritt/kommunikation> * <https://www.sputnik-agentur.de/blog/10-dinge-die-sie-tun-koennen-um-ihre-interne-kommunikation-zu-verbessern/> * <https://www.kompetenzzentrum-kommunikation.de/artikel/was-macht-gute-onlinekommunikation-aus-2707/> * <https://interne-kommunikation.net/interne-kommunikation-2019-das-sind-die-top-5-trends/> * <https://www.ik-up-de/blog/interne-kommunikation-diese-trends-solltest-du-kennen> * <https://www.zielbar.de/magazine/bessere-interne-Kommunikation-23585/> * <https://zeitzuleben.de/kommunikation/> * <https://start-green.net/aktuelles/nachrichten/kommunikation-fur-start-ups/> * <https://www.studienkreis.de/deutsch/kommunikation-ueberblick/> * <https://kommunikation-lernen.de/wp-content/uploads/2018/12/Smalltalk-Infografik.png> * <https://www.zeitblueten.com/news/interne-kommunikaton/> * Die 6 Phasen im Kommunikationsprozess [www.userlike.com](http://www.userlike.com) * <http://entrecomp.scify.org/skills.html#competence=competence_10> * <https://sbe.org.gr/newsletters/eflashnews/2018_03/EntreComp.pdf> * McCallum, E., Weicht, R., McMullan, L., & Price, A. (2018). EntreComp into action-Get inspired, make it happen: A user guide to the European Entrepreneurship Competence Framework (No. JRC109128). Joint Research Centre (Seville site). * Vengel, A. A. (2010). The Influence Edge: How to Persuade Others to Help You Achieve Your Goals. ReadHowYouWant. com. * Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The entrepreneurship competence framework. Luxembourg: Publication Office of the European Union, 10, 593884. * O'keefe, D. J. (2015). Persuasion: Theory and research. Sage Publications. * Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S. (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. Academy of Management journal, 52(1), 199-214. * <https://www.dogsmith.com/effectively-persuading-a-collaborative-model/> * de Janasz, S. C., de Pillis, E., & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention. Career Development International. * <https://www.skillsyouneed.com/ips/negotiation.html> | |
| **Related PPT** | 2.5 Mobilitare gli altri |