

AZIENDE, PERSONE E BENEFICI DEL COACHING

LE IMPRESE CONTEMPORANEE SONO SEMPRE DI PIÙ UN LUOGO DI MALESSERE. LA SEVERITÀ DEI 'NUMERI', DEI 'KPI', DELLE PERFORMANCE, LEGITTIMA UNA CULTURA NORMATIVA IN CUI LA DEMOTIVAZIONE, LA LAMENTELA, L'ASSENZA DI SENSO CARATTERIZZANO L'ESPERIENZA QUOTIDIANA. MA GENERARE UNA CONTROSTORIA È POSSIBILE.

Lo dimostra il volume 'Coaching: come trasformare individui e organizzazioni', che attraverso una ricca testimonianza di esperti del settore ci mostra come il coaching può servire proprio a questo cambiamento 'rivoluzionario'. Qui il coaching è inteso con una logica allargata. Non è solo una relazione di supporto alla persona. È piuttosto un processo per la trasformazione, per l'apprendimento personale e organizzativo e per la promozione di un nuovo modello di Leadership.

Il volume è frutto della ricerca degli autori sul tema della 'openness' in azienda, ossia l'apertura al cambiamento e la capacità di gestione della complessità data dalle molteplici variabili contemporaneamente in gioco.

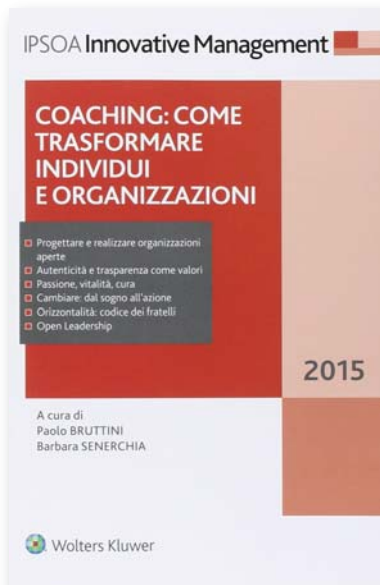
Come può un sistema migliorare a seguito di un evento traumatico? In quali condizioni il fallimento, l'errore, la mancanza possono attivare un processo di apprendimento? In che modo l'apprendimento si trasforma in miglioramento organizzativo? Sono alcuni degli interrogativi a cui il volume di Bruttini e Senerchia prova a dare una risposta concreta. Il percorso che gli autori tracciano è suddiviso in due: una parte teorica e una pratica, entrambe composte da contributi interdisciplinari. La prima parte tratta degli aspetti più generali come: definizioni del coaching, problemi del cambiamento individuale e organizzativo, differenza tra coaching e counseling, valore dell'ascolto e del racconto da parte del coachee, funzionamento del cervello e sua valorizzazione.

La seconda parte è un'ampia riflessione su undici casi reali effettivamente vissuti dagli esperti. Le chiavi di lettura di queste esperienze si possono così sintetizzare: la logica del profitto, del potere e del prestigio sociale, è da mettere in discussione ai fini della openness.

Tali significative riflessioni trovano una sintesi nel capitolo conclusivo in cui gli autori presentano un modello possibile per favorire questi cambiamenti in azienda. Nell'alveo dell'importante scuola italiana dello Sviluppo Organizzativo, vengono proposte nuove ipotesi per progettare e realizzare organizzazioni aperte.

COACHING: COME TRASFORMARE INDIVIDUI E ORGANIZZAZIONI

A CURA DI PAOLO BRUTTINI E BARBARA SENERCHIA
EDITORE WOLTERS KLUWER
300 PP, 29 EURO
DISPONIBILE ANCHE IN FORMATO E-BOOK



COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ

DI MARIA GRAZIA PERSICO, FEDERICO ROSSI
FRANCO ANGELI EDITORE
184 PP, 24 EURO



LA SOSTENIBILITÀ È UNA SCELTA NECESSARIA PER RISPONDERE A UN CONSUMATORE SEMPRE PIÙ ATTENTO E A UN QUADRO NORMATIVO SEMPRE PIÙ STRINGENTE. GLI

AUTORI NE APPROFONDISCONO TUTTI GLI ASPETTI CON UN TAGLIO PRATICO, GRAZIE ALL'ANALISI DI NUMEROSE CASE HISTORY CHE ABBRACCIANO BEST PRACTICE MOLTO ETEROGENEE PER DIMENSIONE DELL'IMPRESA E SETTORE MERCEOLOGICO DI APPARTENENZA. LA SOSTENIBILITÀ, INTESA NELLE SUE TRE ACCEZIONI TIPICHE AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICA, NON RAPPRESENTA PER LE AZIENDE UNA MODA O UN TREND PASSEGGERO MA UNA DIRETRICE DI SVILUPPO NECESSARIA. IL LIBRO ILLUSTRATA COME LA SOSTENIBILITÀ DEBBA DIVENTARE UNA LEVA DI MARKETING CHE VA ADEGUATAMENTE COMUNICATA ATTRAVERSO MODALITÀ CHE RICHIEDONO APPROCCI E COMPETENZE SPECIFICI.

WEBCREATIVITY: CREATIVITÀ E VISUAL MARKETING POST-WEB

DI PAOLO SCHIANCHI
DARIO FLACCOVIO EDITORE
192 PP, 18 EURO



IL VOLUME È PENSATO PER I WEB DESIGNER E PROFESSIONISTI DEL WEB E AIUTA A SVILUPPARE LA CREATIVITÀ E A SFRUTTARLA A PROPRIO VANTAGGIO NELL'AMBIENTE

INTERNET, IN PARTICOLARE NELLA PROGETTAZIONE DI SITI WEB, OFFRENDO UNA SERIE DI SPUNTI UTILI A RIFLETTERE SULLA CULTURA DELL'IMMAGINE E SUI SUOI SVILUPPI PIÙ ATTUALI. IL LIBRO PRESENTA GLI STRUMENTI PER SVILUPPARE, EDUCANDOLA, LA CREATIVITÀ POST-WEB, LE TEORIE A CUI FAR RIFERIMENTO E COSA SIA OGGI L'INTERACTION DESIGN, DOPO L'AVVENTO DELLA RETE. AIUTA INOLTRE AD APPRENDERE COME LE TEORIE SI INCROCIANO, DIVENTANDO METODI PER INTERAGIRE E A SCOPRIRE, TRA L'ALTRO, QUANTO SIANO CAMBIATI CON IL MEDIUM WEB CREATIVITÀ E VISUAL MARKETING.