

FORMAZIONE ASSIRM 2019 | MILANO

27 Giugno

Insight-driven social media
marketing: dal dato digitale
al contenuto creativo

11 Luglio

La leadership in un mondo
VUCA: le competenze chiave
di leadership per navigare con
successo in un mondo sempre
più complesso

Coordinatore Scientifico | **Guendalina Graffigna**
Direttore Centro Studi e Formazione Assirm

ASSIRM
Corso Magenta, 85
Milano

Orario
dalle 9.30 alle 17.30
Coffee Break & Lunch inclusi

Singola giornata
quota di iscrizione
350 € + IVA

ISCRIVITI SUBITO ONLINE, CLICCA QUI

Per gli **Associati Assirm** è riservato uno sconto del **20%** sulle singole iscrizioni
Per ulteriori informazioni: centrostudi@assirmservizi.com

27 Giugno

Insight-driven social media marketing: dal dato digitale al contenuto creativo

Abstract

I social media offrono opportunità uniche di marketing e comunicazione per aziende, brand, agenzie e consulenze. Come passare dagli insight digitali alla progettazione di contenuti rilevanti e di creatività memorabili?

Un corso intensivo e interattivo - più della metà del tempo sarà dedicata a esercitazioni, esperienze e analisi di case study - per esplorare gli approcci, gli strumenti e le tecnologie più aggiornate di social media marketing.

MATTINA 9.30/13.00

Alberto Maestri

Chief Content Officer in OpenKnowledge | Bip

Autore, keynote speaker, docente presso le Università di Bergamo e Parma. Studia i modi con cui marche, persone e organizzazioni agiscono e si trasformano con l'avvento del digitale. È Chief Content Officer in OpenKnowledge | Bip e Direttore della Collana Professioni Digitali per FrancoAngeli, la prima in Italia dedicata ai lavori del futuro. È Coordinatore Scientifico del Master in Customer Experience presso 24 Ore Business School. Ha scritto centinaia di articoli e 4 libri su customer experience, gamification e content marketing. Tra le sue ultime pubblicazioni, "Customer Experience Design" (2017) e "Giochi da Prendere sul Serio" (nuova edizione, 2018).



POMERIGGIO 14.30/17.30

Social Media ed Employee Advocacy in ambito Pharma ed Healthcare: l'esperienza Merck in Italia

Luca Naponiello

Communication Manager Italia in Merck Biopharma



11 Luglio

La leadership in un mondo VUCA: le competenze chiave di leadership per navigare con successo in un mondo sempre più complesso

Abstract

Il termine VUCA, acronimo di Volatile, Uncertain, Complex e Ambiguous, sta diventando sempre più popolare per descrivere il mondo attuale. Viviamo infatti in un mondo in costante cambiamento, dove l'incertezza rende difficile anticipare gli eventi, dove le variabili da considerare sono sempre di più e spesso in contraddizione tra di loro. In questo contesto viene sempre più richiesto ai leader di saper guidare processi di cambiamento, di imparare dall'esperienza e di gestire situazioni ad alto livello di stress. Una leadership efficace, basata su alcune competenze chiave, può aiutare a trasformare il VUCA da vincolo ad opportunità.

Questa giornata di formazione si propone di:

- fornire un quadro d'insieme sull'evoluzione della ricerca nel campo della leadership e dello sviluppo delle competenze di leadership;
- analizzare le principali competenze chiave per guidare con successo gruppi di lavoro complessi (gestione del cambiamento, learning agility, lavorare in team, resilienza);
- illustrare modalità e tecniche per lo sviluppo della resilienza personale e della gestione dello stress.

La giornata prevede una modalità didattica fortemente esperienziale ed interattiva.

Franco Iacometti

Senior Partner in Org Value Consulting

Executive coach esperto in leadership development che ha maturato più di vent'anni di esperienza in ruoli corporate di grandi aziende multinazionali. Come executive coach ama dedicare tempo ed energie nel dare supporto e nell'aiutare i business leader suoi clienti ad individuare comportamenti nuovi e più efficaci per rispondere alle sempre più complesse sfide di business e a diventare esempi di leadership positiva per i rispettivi team. È specializzato in executive coaching, facilitation e team coaching. In aggiunta progetta ed eroga programmi di Leadership Development e di Change & Transition Management per leadership team in diversi contesti organizzativi. Opera soprattutto a livello internazionale attraverso diverse associazioni con importanti player nell'area dell'executive education, tra cui il Center for Creative Leadership.

È Professore a Contratto presso la facoltà di Psicologia dell'Università Cattolica di Milano.



27 Giugno

**Insight-driven social media marketing:
dal dato digitale al contenuto creativo**

11 Luglio

**La leadership in un mondo VUCA: le
competenze chiave di leadership per
navigare con successo in un mondo
sempre più complesso**

Per gli **Associati Assirm** è riservato uno sconto **del 20%** sulle singole iscrizioni. Per ulteriori informazioni: **centrostudi@assirmservizi.com**

Coordinatore Scientifico
delle giornate è

Guendalina Graffigna,
Direttore Centro Studi
e Formazione Assirm.

Le iscrizioni alle giornate di formazione Assirm si possono effettuare esclusivamente online al seguente link:

www.assirm.it/formazione2019



Guendalina Graffigna, laureata in Psicologia nel 2003, è oggi Professore Ordinario di Psicologia dei Consumi e della Salute presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore e Direttore del Centro di Ricerca EngageMinds HUB - Consumer & Health Engagement Research Center oltre che direttore del Master Universitario di II Livello in Patient Advocacy Management. Guendalina è altresì membro del coordinamento della Scuola di Dottorato in Psicologia e membro del direttivo del Centro di Ricerca di Ateneo TROFIC (Transdisciplinary Research In Food Issues Center) della stessa Università.

Parallelamente agli impegni accademici, Guendalina dal 2016 è Direttore del Centro Studi ASSIRM.

Guendalina ha all'attivo oltre 100 pubblicazioni di rilevanza internazionale. Le tematiche affrontate nelle pubblicazioni si sono sviluppate a partire dalla prospettiva della psicologia dei consumi e del marketing applicata alle tematiche legate alla salute, alla comunicazione sociale, alle condotte alimentari e all'impatto delle nuove tecnologie (in particolare Internet) sui consumi e la ricerca di mercato. Secondo il Database Scientifico Scopus (www.elsevier.com/solutions/scopus) è l'autrice che ha scritto di più al mondo sul tema del Patient Engagement.