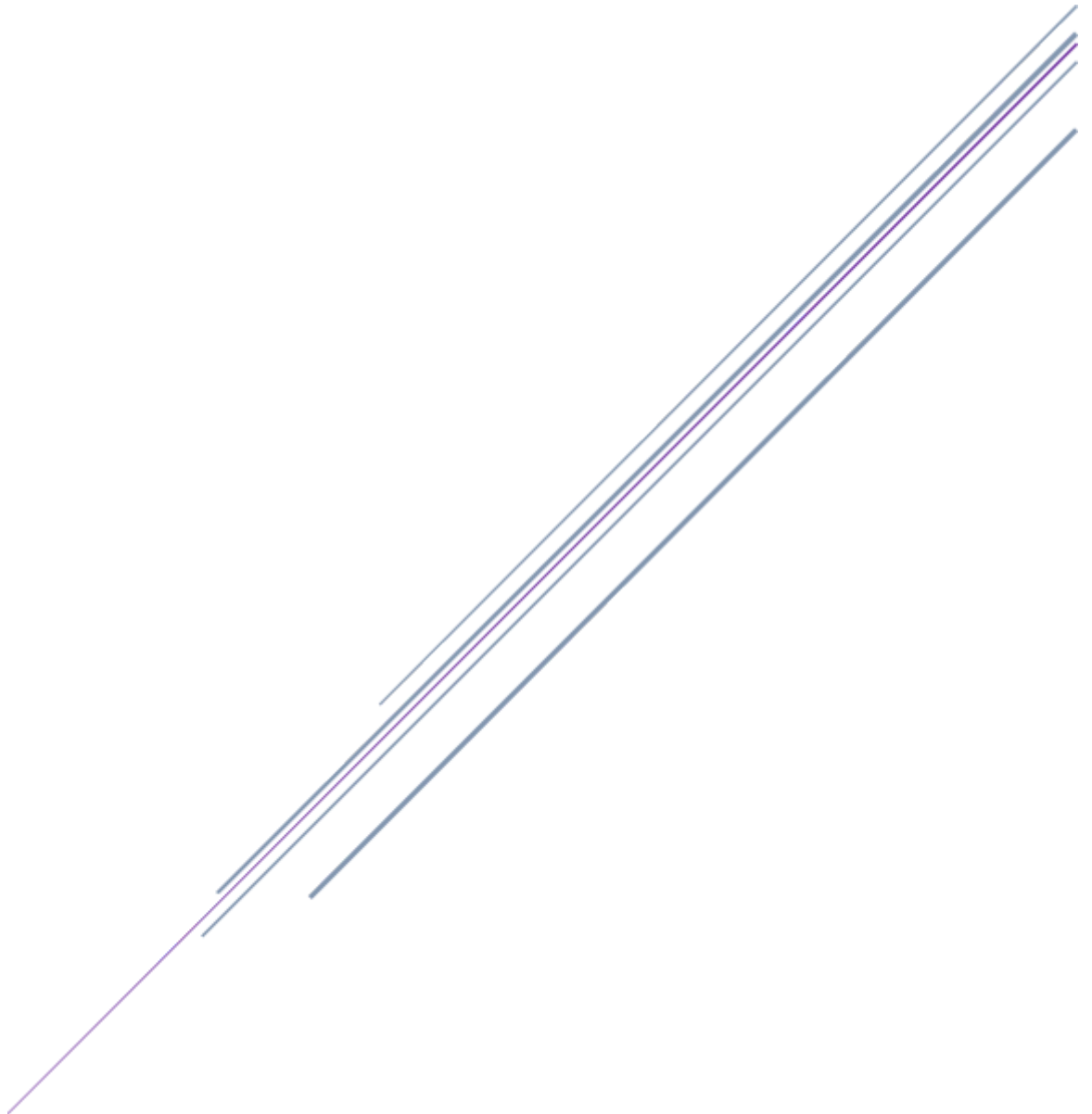


FEMIN-ICT EMPOWERMENT PROGRAM

AUTHORS: Associazione Co-Cò, CSI-Cyprus, Ikigai, Impact-Hub Stockholm, Stimmuli for Social Change, The Square Dot Team, WoT



Contenuti

Introduzione	2
Modulo 1: Come affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore ICT	3
Introduzione	3
Obiettivi del Modulo	4
Unit 1 Introduzione	4
Unit 2 L'importanza di affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore ICT	4
Unit 3 Comprendere i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore ICT	5
Unit 4 Strategie per affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere	6
Unit 5 Riepilogo e punti chiave	7
Conclusioni	7
Modulo 2: Negoziazione e assertività	8
Introduzione	8
Obiettivi del Modulo	8
Unit 1 Negoziazione	9
Unit 2 Assertività	17
Conclusione	24
Modulo 3: Leadership per il futuro	24
Introduzione	24
Obiettivi del Modulo	25
Unit 1 Sviluppare una mentalità di leadership	25
Unit 2 Leadership nei settori ICT	30
Conclusioni	34
Modulo 4: Public Speaking & Comunicazione efficace	35
Introduzione	35
Obiettivi del Modulo	36
Unit 1 Cos'è il Public Speaking?	36
Unit 2 Approcci e contesti della comunicazione	40
Unit 3 Quali sono le abilità per una comunicazione efficace?	42
Conclusioni	47
Modulo 5: Networking e Self-Branding nell'era digitale	49
Introduzione	49



Obiettivi del Modulo	49
Unit 1 Contenuto del Programma	50
Unit 2 Barriere al self-branding	51
Unit 3 Chiavi per costruire il vostro marchio	52
Unit 4 IAmRemarkable exercises	53
6. Conclusioni	56
Modulo 6: Integrazione Vita-Lavoro	56
Introduzione	56
Obiettivi del Modulo	57
Unit 1 Disequilibrio ed effetti collaterali	57
Unit 2 Multitasking: una delle principali cause	58
Conclusioni	60
Visions and Values -Self Assessment Toolkit	61
Introduzione	61
Obiettivi del Modulo	62
Unit 1 Cosa sono i valori e le visioni	62
Unit 2 Visions & Values-Women in ICT	65
Unit 3 L'autovalutazione nella pratica	66
Conclusioni	73
Conclusioni Generali	73
Riferimenti	74
Ulteriori letture/altre risorse	79

Introduzione

I Moduli del Programma di Empowerment FeminICT sono stati progettati per essere condotti sotto forma di webinar. Il materiale incluso in questo documento è stato testato nei diversi webinar nazionali condotti dalle organizzazioni partner rivolgendosi al proprio pubblico di riferimento in Belgio, Cipro, Grecia, Italia, Spagna e Svezia. Il programma è stato inoltre presentato durante un webinar europeo Femin-ICT.



Lo scopo di questo programma è quello di fornire alle donne che lavorano nel settore delle ICT e a quelle che desiderano entrarvi, comprese le studentesse di qualsiasi settore, conoscenze e competenze che le rendano capaci di superare gli ostacoli posti da pregiudizi di genere e da altri fattori.

Ogni Modulo è stato preparato da un partner di progetto esperto nel tema trattato. Alcuni moduli, come il Modulo 1 e il Modulo 5, includono sezioni che riflettono il modo in cui questo materiale può essere utilizzato in un webinar, diventando così uno strumento completo per i formatori. Il documento, quindi, è un programma educativo autonomo che può essere utilizzato come materiale di lettura o trasformato in un webinar interattivo. Il modo in cui il materiale è stato raccolto e organizzato consente lo sviluppo di competenze.

Modulo 1: Come affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore ICT

Introduzione

Nel corso di questo workshop, esploreremo le questioni alla base dei pregiudizi e degli stereotipi di genere, comprendendone l'impatto, definendo e spiegando i termini principali e identificando le strategie per affrontarli in modo efficace.

Analizzeremo le statistiche e i risultati delle ricerche che evidenziano la presenza di pregiudizi di genere nel settore delle ICT, poiché sono questi i fatti che ci aiutano a far luce sull'urgente necessità di affrontare questo problema e creare ambienti di lavoro più inclusivi.

I partecipanti saranno incoraggiati a condividere le proprie esperienze e a riflettere sul loro impatto, favorendo una comprensione più profonda della questione.

Infine, ma non per questo meno importante, avremo l'opportunità di presentare e discutere strategie, strumenti e iniziative che possono svolgere un ruolo importante nel sostenere le donne che lavorano nel settore delle ICT, gli le partecipanti del settore e gli imprenditori nell'affrontare gli stereotipi e i pregiudizi di genere. Avremo anche l'opportunità di discutere quali sono i passi che le aziende possono compiere per promuovere ambienti più inclusivi, assicurandoci di sottolineare l'importanza che le organizzazioni progettino e implementino procedure pertinenti e ne valutino l'efficacia, così come le esigenze dei loro dipendenti.



Obiettivi del Modulo

Gli obiettivi di questo Modulo sono

- Sensibilizzare sulla presenza e sull'impatto dei pregiudizi e degli stereotipi di genere nel settore delle ICT.
- Comprendere i termini chiave e creare un glossario condiviso.
- Condividere esperienze personali e discutere l'impatto dei pregiudizi e degli stereotipi di genere.
- Identificare le strategie per gli individui, in particolare le donne, che lavorano o studiano nel settore delle ICT per combattere e superare i pregiudizi di genere.
- Individuare strategie per le aziende per affrontare ed eliminare i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore delle ICT.
- Fornire ai partecipanti l'opportunità di riflettere sui principali risultati ottenuti e di impegnarsi a compiere passi concreti per affrontare i pregiudizi di genere nella loro vita professionale.

Unit 1 | Introduzione

Benvenuto e commenti di apertura

Breve introduzione del formatore

Agenda del workshop

Esercizio interattivo in plenaria | Definizione degli obiettivi e delle aspettative del workshop

Unit 2 | L'importanza di affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore ICT

StatisICThe e risultati di ricerche che evidenziano la presenza di pregiudizi di genere nel settore delle ICT.

Rappresentazione di genere



Currently, only 17% of the almost 8 million ICT specialists in Europe are women.

https://eige.europa.eu/publications-resources/toolkits-guides/work-life-balance/women-in-ict?language_content_entity=en

Tuttavia, la percentuale di donne esperte di ICT (21%) in Grecia è superiore alla media UE (17%).

<https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/latest/opinions/digital-jobs-women-and-young-people-snapshot-through-greek-national-coalitions>

In Grecia, le donne rappresentano il 22,8% dei professionisti autonomi nei settori della scienza e dell'ingegneria e delle ICT. Questa quota è inferiore alla media europea (24,9%) e la Grecia si colloca al 12° posto tra i 24 Stati membri dell'UE e i Paesi associati in cui erano disponibili dati simili.

<https://www.ekt.gr/en/news/27181>

Secondo un rapporto del National Center for Women & Information Technology (NCWIT), le donne occupano solo il 27% dei posti di lavoro legati all'informatica negli Stati Uniti.

<https://ncwit.org/resource/bythenumbers/>

Pregiudizi nelle assunzioni e nelle promozioni

Uno studio condotto da ricercatori dell'Università di Yale ha rilevato che sia gli scienziati uomini che le scienziate avevano maggiori probabilità di assumere un candidato uomo per una posizione di manager di laboratorio e di offrirgli uno stipendio iniziale più alto rispetto a un candidato donna idenICTo.

<https://news.yale.edu/2012/09/24/scientists-not-immune-gender-bias-yale-study-shows>

Gender pay gap (divario salariale di genere)

Il Global Gender Gap Report 2020 del World Economic Forum afferma che il divario retributivo globale tra i sessi nel settore ICT è pari a circa il 20%.

https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf



Unit 3 | Comprendere i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore ICT

Definire e spiegare i termini chiave:

Stereotipi di genere, pregiudizi di genere, discriminazione di genere.

Equità vs. uguaglianza

Diversità e inclusione

Soffitto di vetro, precipizio di vetro, ascensore di vetro

Molestie sessuali

Un esercizio di gruppo interattivo per condividere le proprie esperienze e il loro impatto.

Unit 4 | Strategie per affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere

L'importanza degli sforzi individuali e collettivi per combattere i pregiudizi di genere

6 strategie in 2 fasi per le donne che lavorano nel settore ICT e per gli le partecipanti del settore ICT.

Preparazione

Consapevolezza | Raccolta di informazioni sulle disuguaglianze sistemiche e sul modo in cui influenzano gli individui e i gruppi.

Riconoscimento | Riconoscere i propri pregiudizi e gestirli per evitare che influenzino il proprio comportamento.

Advocacy | Riconoscere i privilegi che si possono avere per fortuna e posizione, e usarli per sostenere altri individui e gruppi.

Empowerment

Impatto | Intervenite quando osservate una disuguaglianza o un'oppressione e amplificate le voci di coloro che non sono ascoltati.



Investimento | Investo denaro, tempo ed energia per sostenere il lavoro e i bisogni dei gruppi vulnerabili.

Inclusione | Incorporare individui con caratteristiche diverse nella vostra rete, tenendo conto della loro sicurezza.

2 strumenti per le aziende per affrontare i pregiudizi e gli stereotipi di genere nel settore ICT

Preparazione

Sensibilizzazione | Raccolta dati | Ascolto attivo

Empowerment

Impegno | Pensa due volte prima di agire | Procedure

Esercizio interattivo in plenaria | Qual è il passo che posso impegnarmi a fare da domani per affrontare i pregiudizi di genere?

Unit 5 | Riepilogo e punti chiave

Riassunto del formatore

Un esercizio interattivo in plenaria | Qual è il mio risultato chiave della sessione di oggi?

Conclusioni

In conclusione, il workshop su "Come affrontare gli stereotipi e i pregiudizi di genere nel settore ICT" mira a far luce sulla pressante questione dei pregiudizi e degli stereotipi di genere prevalenti nel settore ICT.

È importante non solo essere consapevoli, ma anche affrontare questi pregiudizi, in quanto impediscono il progresso, perpetuano le disuguaglianze e limitano il pieno potenziale degli individui, in particolare delle donne, e dell'industria nel suo complesso, in quanto, tra le altre cose, limitano l'innovazione, la creatività e il progresso generale del settore ICT. Attraverso le strategie, gli strumenti e i passi da compiere esplorati e discussi in questo workshop, il



nostro obiettivo è quello di evidenziare l'importanza degli sforzi individuali e collettivi nel combattere i pregiudizi di genere. Creare e sostenere ambienti di lavoro inclusivi e abbracciare prospettive diverse può contribuire alla prosperità degli individui e delle organizzazioni.

Modulo 2: Negoziazione e assertività

Introduzione

Il modulo "Negoziazione e assertività" intende fornire agli le partecipanti che proseguono gli studi nel settore delle ICT, ai neolaureati e ai lavoratori attuali o potenziali nel campo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) gli strumenti necessari per una comunicazione efficace, per la risoluzione dei conflitti e per una negoziazione di successo all'interno dei mondi dinamici della tecnologia e del business. Questo programma di studi esplora gli approcci alla contrattazione in ambito aziendale e le capacità di comunicazione assertiva, insegnando alle partecipanti come articolare le proprie idee in modo chiaro e convincente. Questo modulo è utile per coloro che desiderano avere successo nelle loro imprese o nelle professioni nell'area delle ICT, perché affronta le difficoltà che il settore delle ICT deve affrontare e rende le partecipanti in grado di affrontare con successo gli incontri difficili, di far valere i propri interessi e di promuovere collaborazioni fruttuose.

Il Modulo si concentra sulle abilità cruciali della comunicazione assertiva e della contrattazione qualificata in un settore in costante cambiamento e caratterizzato da collaborazioni complicate, progetti sofisticati e dinamiche in rapido mutamento. Il programma offre consigli su come presentare le idee in modo assertivo, combattere per i propri interessi e per quelli dell'organizzazione e navigare nelle complesse conversazioni che spesso accompagnano le iniziative tecniche per le persone che sperano di avere successo nei ruoli ICT. Gli imprenditori del settore ICT possono trarre vantaggio dallo sviluppo delle loro capacità di negoziazione, dall'apprendimento di come creare collaborazioni fruttuose, dall'ottenimento di finanziamenti e dalla promozione dell'espansione aziendale. Gli le partecipanti e i neolaureati hanno le competenze fondamentali necessarie per presentare in modo persuasivo le proprie qualifiche, contrattare le offerte di lavoro e affermarsi come attori importanti nel settore ICT.



Obiettivi del Modulo

Gli obiettivi principali del Modulo di negoziazione e assertività sono i seguenti:

-Padroneggiare le tecniche di negoziazione: Le partecipanti avranno una conoscenza approfondita delle tecniche di negoziazione adattate specificamente all'ambiente ICT. Impareranno a riconoscere gli scenari tipici della negoziazione, a essere pronte per le discussioni e a raggiungere accordi vantaggiosi, sia che si tratti di gestione di progetti, partnership con i fornitori o collaborazione tra team.

-Sviluppo di capacità di comunicazione efficace/assertiva: Il programma insegna metodi di comunicazione assertiva per migliorare le capacità comunicative dei partecipanti. I partecipanti acquisiranno la capacità di comunicare i loro punti di vista, le loro idee e i loro problemi nel settore ICT con chiarezza e sicurezza, rafforzando i legami professionali e riducendo le idee sbagliate.

Unit 1 | Negoziazione

Capacità di negoziazione: Definizione/i

Queste definizioni sottolineano che la negoziazione è un metodo per raggiungere accordi, un'abilità utile per risolvere i problemi e uno strumento strategico per ottenere i risultati desiderati.

La negoziazione come processo: La negoziazione è un processo di comunicazione pianificato e interattivo tra due o più parti che cercano di risolvere disaccordi su interessi, obiettivi o punti di vista. Comporta una sequenza di dibattiti, scambi e concessioni volti a individuare un terreno comune e a produrre un risultato vantaggioso per tutte le parti.

La negoziazione come abilità: Utilizzando l'ascolto attivo, la comunicazione, la persuasione e le strategie di risoluzione dei problemi, la negoziazione è l'arte di negoziare con successo controversie, divergenze o disaccordi. Trovare soluzioni che soddisfino tutte le parti coinvolte richiede la capacità di comprendere sia la propria prospettiva che quella degli altri.

La negoziazione come strategia: Per raggiungere determinati obiettivi, la negoziazione è una tattica strategica che viene impiegata in diverse situazioni, tra cui il commercio, la



diplomazia, la legge e le relazioni interpersonali. Comprende la manipolazione mirata di fatti, strategie e concessioni per influenzare il giudizio e il comportamento della controparte con l'obiettivo finale di ottenere condizioni o risultati vantaggiosi.

Che cos'è e quando si usa, qual è l'obiettivo?

Come funziona la negoziazione?

Un processo dinamico di contatto e comunicazione tra due o più parti che hanno interessi, obiettivi o punti di vista divergenti si chiama negoziazione. Comprende colloqui e interazioni con l'obiettivo di giungere a un'intesa o a una soluzione. La negoziazione può avvenire in una varietà di contesti, tra cui il commercio, la diplomazia, le questioni legali, le relazioni interpersonali e altro ancora. È una tecnica per raggiungere il consenso, risolvere le controversie e giungere a conclusioni che tengano conto delle esigenze e degli interessi di tutte le parti.

-Quando si deve negoziare?

Ogni volta che è necessario risolvere disaccordi, controversie o obiettivi divergenti tra le parti, si ricorre alla negoziazione. Di seguito sono elencate alcune situazioni in cui si ricorre spesso alla negoziazione:

Transazioni commerciali: Contratti, partnership, fusioni e accordi di vendita includono tutti una forma di negoziazione. Per stabilire accordi vantaggiosi per entrambe le parti, le aziende negoziano termini, prezzi e condizioni.

Relazioni internazionali e diplomazia: Per risolvere le controversie e gestire le sfide globali, le nazioni negoziano trattati, accordi commerciali e soluzioni diplomatiche.

Relazioni sindacali: La retribuzione, i benefici e le condizioni di lavoro dei dipendenti sono negoziati attraverso accordi di contrattazione collettiva tra sindacati e aziende.

Controversie legali: Prima di andare in giudizio, gli avvocati negoziano patteggiamenti o accordi per porre fine alle controversie legali.

Relazioni personali: Le persone negoziano le decisioni che riguardano la casa, i disaccordi con gli altri o i doveri condivisi.

Le transazioni immobiliari comportano trattative tra acquirenti e venditori sulle condizioni e sui prezzi delle proprietà.

A cosa serve la negoziazione?

L'obiettivo della negoziazione è quello di arrivare a una soluzione che sia adatta a tutte le parti e accettabile per tutti. Anche se gli obiettivi precisi possono cambiare a seconda della situazione, la negoziazione mira a:

Raggiungere un accordo: L'obiettivo principale è raggiungere un accordo che tenga conto degli interessi e delle preoccupazioni di tutte le parti, trovando un compromesso che soddisfi il maggior numero di requisiti possibili.

Preservare i legami: La negoziazione pone una forte enfasi sul mantenimento di legami costruttivi tra le parti, soprattutto quando sono in disaccordo. Questo è essenziale per portare avanti il dialogo e il lavoro di squadra.

Ottimizzare i risultati: I negoziatori lavorano per ottenere condizioni e circostanze favorevoli che siano coerenti con i loro obiettivi e interessi. Ciò può comportare la ricerca di vantaggi o concessioni extra.

Ridurre al minimo i conflitti: La negoziazione aiuta a ridurre al minimo le controversie e a prevenire l'escalation, incoraggiando il dialogo aperto e il compromesso.

Migliore comprensione: Attraverso la negoziazione, le parti possono comprendere meglio gli obiettivi e i punti di vista dell'altro, favorendo l'empatia.

Promuovere l'equità: Il processo si sforza di garantire che tutte le parti coinvolte ritengano l'accordo finale ragionevole ed equo.

In conclusione, la negoziazione viene utilizzata in diverse situazioni per risolvere disaccordi e raggiungere accordi. L'obiettivo è quello di soddisfare gli interessi e le preoccupazioni di ciascuna parte, trovando un terreno comune, massimizzando i risultati e mantenendo relazioni solide.



Fondamenti della negoziazione

Le idee, le convinzioni e i metodi essenziali che guidano la pratica negoziale sono definiti i fondamenti della negoziazione. Queste idee offrono un quadro di riferimento per comprendere il funzionamento delle negoziazioni e per affrontarle con successo.

- **Analisi delle decisioni:** Quando ci si trova di fronte all'ambiguità e a un'ampia gamma di risultati potenziali, l'analisi decisionale è un metodo per selezionare una linea d'azione. L'analisi decisionale nella negoziazione consiste nel valutare i possibili risultati di varie decisioni e azioni. Aiuta a scegliere strategie in linea con i propri obiettivi, assistendo i negoziatori nella valutazione di compromessi, rischi e vantaggi associati a possibilità alternative.
- **Processo decisionale comportamentale:** Lo studio del processo decisionale comportamentale si concentra sul modo in cui le variabili psicologiche, i pregiudizi e le emozioni influenzano le decisioni delle persone. La comprensione dei fattori comportamentali è essenziale nelle negoziazioni, poiché le persone non agiscono sempre in modo razionale. I pregiudizi cognitivi, le risposte emotive e le dinamiche sociali influiscono sul processo negoziale e sui risultati.
- **Teoria dei giochi:** Un quadro matematico noto come "teoria dei giochi" viene utilizzato per esaminare le interazioni tra "giocatori" o decisori che cercano di massimizzare i propri risultati in funzione delle azioni degli altri. La teoria dei giochi può essere utilizzata nelle trattative per prevedere come le varie tattiche e azioni possono influenzare il risultato. Aiuta i negoziatori a comprendere le dinamiche di collaborazione, rivalità e interazione degli interessi delle parti.
- **Analisi della negoziazione:** Per comprendere le dinamiche sottostanti a una negoziazione, l'analisi della negoziazione richiede una disamina della metodica di ogni componente della discussione. L'analisi degli interessi delle parti, delle opzioni disponibili, delle fonti di influenza e degli accordi potenziali, fanno parte di questo processo. Scomponendo questi elementi, i negoziatori possono costruire strategie adatte al contesto negoziale e formulare giudizi più informati.

In conclusione, queste idee costituiscono la base della negoziazione. Nel loro insieme, aiutano a comprendere le procedure decisionali, gli effetti comportamentali, gli scambi strategici e le considerazioni analitiche che hanno un impatto sui risultati della negoziazione.

Altre classificazioni delle teorie della negoziazione

- **Analisi strutturale:** Le teorie della negoziazione pongono una forte enfasi sulla struttura e sui tratti fondamentali del processo negoziale. Ciò comporta l'esame della struttura, del contesto e delle norme formali del processo negoziale. Queste teorie considerano spesso elementi come il numero di parti partecipanti, la distribuzione del potere e l'ordine dei movimenti negoziali.
- **Analisi strategica:** Le teorie dell'analisi strategica si concentrano sulle scelte strategiche e sulle attività che i negoziatori compiono per raggiungere i loro obiettivi. Secondo queste teorie, la negoziazione è un gioco strategico in cui i partecipanti compiono movimenti deliberati per influenzare le azioni e i risultati reciproci. Questa categoria comprende strategie quali il comportamento conflittuale, il lavoro di squadra e l'uso della leva finanziaria.
- **Analisi del processo:** Le dinamiche e le fasi effettive del processo negoziale sono al centro delle teorie dell'analisi del processo. Esse mirano a comprendere il modo in cui le parti interagiscono, condividono le informazioni, presentano le offerte e reagiscono ai suggerimenti nel corso della negoziazione. Queste idee sottolineano l'importanza di una comunicazione chiara, del framing e della sequenza delle azioni.
- **Analisi integrativa:** Le teorie dell'analisi integrativa pongono una forte enfasi sull'aggiunta di valore e sull'aumento delle probabilità di profitto per tutte le parti coinvolte in una negoziazione. Queste idee sostengono una strategia cooperativa in cui i negoziatori cercano attivamente le possibilità di raggiungere accordi amichevoli. L'obiettivo è trovare interessi comuni e soluzioni originali che soddisfino le richieste di molte parti interessate.
- **Analisi comportamentale:** Le componenti psicologiche e comportamentali della negoziazione sono esplorate attraverso le teorie dell'analisi comportamentale. Queste idee riconoscono che i pregiudizi cognitivi, le emozioni e le dinamiche sociali hanno un impatto sui negoziatori. I negoziatori possono prevedere e controllare i comportamenti che possono influenzare il processo negoziale e i risultati essendo consapevoli di questi aspetti.



In conclusione, queste divisioni teoriche offrono diverse prospettive attraverso le quali vedere e valutare gli accordi. Esse discutono l'ambiente strutturale, le scelte strategiche, le dinamiche del processo negoziale, il potenziale di creazione di valore e i fattori comportamentali che influenzano i risultati della negoziazione.

Fasi della Negoziazione

1. Preparazione: Durante la fase di preparazione, i negoziatori raccolgono dati, specificano i propri obiettivi e valutano i propri punti di forza e di debolezza. Scoprono inoltre le alternative possibili, anticipano gli interessi e gli atteggiamenti della controparte e sviluppano una chiara strategia negoziale.

2. Scambio di informazioni: Avviene quando le due parti iniziano a impegnarsi, a condividere le informazioni e a identificare le esigenze della controparte. La comunicazione iniziale delle parti avviene in questa fase. Esse forniscono dettagli sulle loro esigenze, sulle loro preoccupazioni e sulle loro principali priorità. L'obiettivo è quello di comprendere più a fondo i punti di vista dell'altra parte e di individuare le aree di accordo e di potenziale compromesso.

3. Contrattazione: Quando avviene il "dare e avere". Dobbiamo creare valore e catturare valore - Le abilità comunicative sono importanti in questa fase. Per stabilire un accordo, i negoziatori hanno una serie di interazioni durante la fase di negoziazione. Il "dare e avere" avviene a questo punto quando le parti fanno offerte, controfferte e compromessi. I negoziatori lavorano per generare valore studiando soluzioni che vadano a vantaggio di entrambe le parti e cercando al contempo di catturare valore per se stessi, pertanto in questa fase sono essenziali capacità di comunicazione efficaci.

4. Concludere: Il punto in cui si raggiunge un accordo. Quando si raggiunge un accordo, si parla di fase conclusiva. Le condizioni vengono finalizzate dai negoziatori, che specificano anche il prezzo, i termini, le scadenze e qualsiasi altro elemento pertinente. Per assicurarsi che i termini siano accettabili per entrambe le parti e che l'accordo sostenga i loro obiettivi individuali, questa fase richiede spesso molta attenzione.

5. Esecuzione: È la fase in cui avviene l'esecuzione dell'accordo. L'accordo negoziato viene messo in atto durante la fase di esecuzione. Entrambe le parti adempiono ai loro obblighi in conformità con i termini stabiliti nel contratto. Ciò comporta l'esecuzione di tutte le attività, i pagamenti o le consegne concordate. Un'esecuzione efficace garantisce che le condizioni concordate siano rispettate e che entrambe le parti traggano i profitti previsti.

In conclusione, il processo di negoziazione procede attraverso queste fasi, che iniziano con la pianificazione e terminano con l'esecuzione dell'accordo. Ogni fase è fondamentale per aiutare i negoziatori a raggiungere una soluzione che soddisfi entrambe le parti, controllando il flusso di informazioni e una comunicazione efficace.

Competenze necessarie per la negoziazione

1. Comunicazione: Nelle trattative è essenziale una comunicazione chiara. Si tratta di assicurarsi che le informazioni siano condivise correttamente, di esporre chiaramente le proprie argomentazioni e di ascoltare attentamente le opinioni dell'altra persona. La costruzione di un rapporto e la promozione di una comunicazione chiara sono entrambe necessarie per il successo della negoziazione.

2. Persuasione: Presentare le proprie argomentazioni e idee in modo attraente e convincente è una componente chiave della persuasione. Si tratta di argomentare razionalmente, fare appello ai sentimenti e sottolineare i vantaggi dei vostri piani per influenzare il giudizio e il comportamento della controparte.

3. Pianificazione: Per il successo di una trattativa è fondamentale la preparazione. Questa capacità implica un'indagine approfondita del contesto negoziale, la comprensione degli interessi della controparte e l'individuazione dei punti di accordo e di disaccordo. Il processo di negoziazione può essere gestito con maggior successo se si dispone di un piano ben congegnato.

4. Strategia: Creare una strategia significa elaborare un piano per raggiungere i propri obiettivi. Ciò implica pensare a diverse strategie di negoziazione, prevedere le mosse della controparte e modificare il piano in base alle sue risposte. Le possibilità di ottenere risultati favorevoli aumentano grazie a una strategia efficace.

5. Cooperare: Le capacità di cooperazione sono essenziali per produrre risultati vantaggiosi per tutti e per stabilire la fiducia. Gli approcci alla negoziazione che incorporano la collaborazione, cercano aree di accordo e interessi condivisi che siano vantaggiosi per entrambe le parti. I risultati positivi della negoziazione sono influenzati dalla dimostrazione del desiderio di lavorare insieme e dalla considerazione dei vantaggi reciproci.

Queste abilità - comunicazione, persuasione, pianificazione, strategia e cooperazione - svolgono un ruolo fondamentale per negoziare con successo e ottenere risultati favorevoli.

Alcuni esempi pratici di applicazione delle teorie di cui sopra nel settore ICT

▪ *Esempi di vita reale:*

Fusioni e acquisizioni di startup tecnologiche: L'analisi integrativa può essere utile in un accordo di fusione o acquisizione tra due aziende tecnologiche. Per realizzare un accordo che massimizzi il valore per entrambe le aziende e garantisca una perfetta integrazione del personale e della tecnologia, le due parti dovrebbero studiare le sinergie e gli obiettivi condivisi. L'acquisizione di WhatsApp da parte di Facebook è un esempio di fusione e acquisizione che coinvolge un'azienda di software.

Esempio: WhatsApp è stata acquistata da Facebook

1. Premessa: Grazie alla sua interfaccia utente facile da usare e alla crittografia end-to-end, il programma di messaggistica WhatsApp è diventato estremamente popolare. Il colosso dei social media Facebook ha compreso il potenziale della base di utenti di WhatsApp e il suo dominio nel settore delle app di messaggistica.

2. Negoziazione e giustificazione: Facebook ha considerato l'acquisizione di WhatsApp come un'opportunità per ampliare la propria influenza ed entrare nel mercato in espansione della messaggistica mobile. Jan Koum e Brian Acton, i creatori di WhatsApp, erano anche interessati a unirsi a un'organizzazione più grande che potesse offrire risorse e supporto per la continua crescita dell'app.

3. Facebook ha cercato di dissipare le eventuali preoccupazioni dei fondatori di WhatsApp e di altre importanti parti interessate durante le discussioni, garantendo l'indipendenza del servizio, proteggendo la privacy degli utenti e preservando gli elementi principali della piattaforma che hanno inizialmente attirato gli utenti.

4. Risultato: Nel febbraio 2014, Facebook ha dichiarato di aver acquistato WhatsApp per quasi 19 miliardi di dollari in contanti e azioni. Incorporando la considerevole base di utenti di WhatsApp nel suo ecosistema attraverso l'acquisizione, Facebook ha rafforzato la sua posizione nel settore della messaggistica mobile e il suo vantaggio competitivo.

5. Implementazione: Dopo l'acquisizione, WhatsApp ha continuato ad essere un'applicazione indipendente, mantenendo la sua interfaccia utente e la sua dedizione alla privacy degli utenti. Nel corso del tempo, diversi servizi di Facebook sono stati integrati in WhatsApp, ma il carattere fondamentale di WhatsApp è rimasto per lo più inalterato.

6. Impatto: L'acquisizione di WhatsApp da parte di Facebook è stata un modello di fusione e acquisizione di successo di un'azienda di software. Ha dimostrato come un'azienda più grande possa deliberatamente acquistare una startup con una base di utenti e una tecnologia di valore per migliorare la propria posizione di mercato e le proprie offerte.

In conclusione, l'acquisto di WhatsApp da parte di Facebook è un ottimo esempio di come le fusioni e le acquisizioni di startup tecnologiche possano essere motivate dalla necessità di acquisire tecnologie all'avanguardia, di accedere a una base di utenti consistente e di utilizzare le capacità di entrambe le aziende per una crescita reciproca.

▪ ***Come negoziare: Ad esempio, come negoziare con il proprio diretto responsabile per ottenere uno stipendio più alto:***

1. Preparatevi consultando le fasce di retribuzione della vostra posizione e del vostro settore per avere un'idea di quanto sia adeguato. Descrivete i vostri risultati, i contributi e le nuove mansioni a sostegno dell'aumento. Siate pronti a rispondere a eventuali obiezioni o preoccupazioni del vostro supervisore.
2. Scambio di informazioni: Organizzate un incontro con il vostro responsabile per parlare della vostra retribuzione. Descrivete i vostri risultati, le vostre mansioni e le ricerche di mercato che avete fatto. Siate ricettivi al loro punto di vista sulle restrizioni finanziarie dell'azienda e sugli standard di rendimento.
3. Negoziare: Adottate un approccio calcolato, sottolineando la vostra dedizione alla prosperità dell'azienda e la vostra disponibilità ad assumervi maggiori responsabilità.

Offrendo un range di aumento salariale, potete dimostrare la vostra capacità di adattamento. Considerate eventuali vantaggi non finanziari, come migliori possibilità di formazione o orari di lavoro flessibili.

4. Riassumere: Raggiungere un accordo che soddisfi sia i vostri obiettivi che i vincoli finanziari dell'organizzazione. Confermate per iscritto le condizioni, compreso l'aumento di stipendio, gli eventuali adeguamenti delle mansioni e la data di entrata in vigore.
5. Eseguire: Una volta raggiunto l'accordo, rispettate gli impegni presi, come l'assunzione di maggiori mansioni o il raggiungimento di determinati parametri di rendimento. Mantenete una traiettoria di carriera favorevole dimostrando continuamente il vostro valore per l'azienda.

Conclusione

In conclusione, l'industria ICT può utilizzare le teorie della negoziazione per gestire efficacemente le licenze software, l'outsourcing dei servizi IT e le fusioni e acquisizioni. Come altre trattative, negoziare un salario più alto richiede pianificazione, condivisione di informazioni, contrattazione intelligente, raggiungimento di un accordo e realizzazione delle condizioni per ottenere il risultato desiderato. Nel settore ICT, le capacità di negoziazione sono essenziali perché consentono di allineare interessi e punti di vista diversi all'interno di team interfunzionali, dando vita a soluzioni più originali e convincenti. Una negoziazione efficace garantisce condizioni vantaggiose, efficienza dei costi e accesso a tecnologie all'avanguardia nelle relazioni con i fornitori e negli acquisti, aumentando in ultima analisi la competitività e le capacità delle iniziative basate sull'ICT.

Unit 2 | Assertività

Che cos'è l'assertività e come si comportano le persone assertive:

La qualità dell'essere assertivi è la capacità di esprimere le proprie richieste, desideri e limiti in modo sicuro, chiaro e cortese, considerando anche i diritti e i punti di vista degli altri.

Rispettare gli altri difendendo i propri interessi è un delicato equilibrio che le persone assertive riescono a raggiungere. Le caratteristiche del comportamento assertivo sono:

Comunicazione chiara: le persone assertive esprimono i propri desideri e punti di vista in modo chiaro e senza ambiguità o ostilità. Rendono più semplice per gli altri comprendere il loro punto di vista utilizzando le espressioni "io" per spiegare i loro pensieri e sentimenti.

Ascolto rispettoso: le persone assertive mostrano empatia e interesse per le opinioni degli altri ascoltandoli attivamente. Sono consapevoli di altri punti di vista e desiderosi di tenerne conto.

Stabilire limiti: le persone assertive si sentono a proprio agio nel creare e sostenere limiti personali. Quando richiesto, possono dire "no" senza sentirsi male o essere eccessivamente accomodanti.

Il comportamento assertivo è un segno di fiducia. Il diritto di esprimere se stessi e i propri pensieri senza preoccuparsi del rifiuto o del conflitto è qualcosa a cui tengono molto le persone assertive.

Risolvere problemi: le persone assertive cercano risposte piuttosto che indugiare sui problemi. Sono disposti ad affrontare i disaccordi e a lavorare insieme per trovare soluzioni. Adottare un atteggiamento non aggressivo: essere assertivi è diverso dall'essere conflittuali. Rispettando i sentimenti e le idee degli altri, il comportamento assertivo si tiene lontano da metodi duri o combattivi.

Immagine di sé positiva: le persone assertive hanno una visione positiva di se stesse. Rispettano gli altri senza sminuire se stessi o i loro risultati.

Gestire le emozioni: le persone assertive sono brave a controllare i propri sentimenti e a rimanere calme anche durante i discorsi difficili. Cercano di mantenere uno stato emotivo equilibrato e si astengono dal rispondere in modo impulsivo.

Padronanza dei sentimenti: le persone assertive padroneggiano i propri sentimenti e li esprimono onestamente senza incolpare gli altri. Trasmettono le loro reazioni agli eventi senza incolpare o criticare.

La flessibilità è una componente necessaria del comportamento assertivo. Quando dichiarano i propri desideri, le persone assertive sono disposte a negoziare e scendere a compromessi per arrivare a soluzioni accettabili per tutte le parti.

L'assertività implica esprimersi con successo, coraggio e gentilezza. Le persone assertive trovano un equilibrio tra il parlare apertamente dei propri desideri e il rispetto dei bisogni e dei sentimenti degli altri.

Perché l'assertività è importante?

- **Comunicazione chiara:** essere assertivi consente alle persone di trasmettere i propri bisogni, desideri e opinioni in modo diretto ed efficace. La comunicazione assertiva riduce le idee sbagliate e le interpretazioni errate, risultando in incontri più vantaggiosi e legami interpersonali più forti.
- **Stabilire i confini:** essere assertivi consente alle persone di creare e sostenere limiti personali. Ciò è essenziale per preservare il rispetto di sé e impedire agli altri di oltrepassare il limite. Le persone assertive promuovono un'atmosfera più rispettosa ed equilibrata affermando rispettosamente i propri confini.
- **Difendersi in modo non aggressivo:** le persone energiche sono più capaci di difendersi senza ricorrere alla violenza. Possono discutere problemi, sollevare questioni e difendere i propri diritti pur rispettando gli altri. Questa strategia promuove relazioni sane e fiducia in se stessi.
- **Ci protegge dal bullismo:** l'assertività funziona come deterrente contro il bullismo e la manipolazione, proteggendoci da esso. Le persone hanno meno probabilità di diventare oggetto di comportamenti irrispettosi quando stabiliscono in modo assertivo i propri limiti ed esprimono i propri sentimenti. L'assertività è una strategia utile per l'autodifesa poiché i bulli spesso prendono di mira coloro che appaiono mansueti o insicuri.

L'assertività migliora la chiarezza della comunicazione, crea confini adeguati, consente alle persone di difendersi senza essere conflittuali e protegge dal bullismo e dalla manipolazione.

I benefici dell'essere assertivi

- **Da un punto di vista psicologico:** 1. Le persone assertive sperimentano meno depressione e ansia. Anche in presenza di pressione, le persone assertive tendono ad

avere meno preoccupazioni. Livelli più bassi di ansia e depressione sono il risultato della loro capacità di auto espressione e di controllo delle emozioni. 2. Comportamento fermo ma rispettoso: le persone assertive possono esprimere chiaramente le proprie opinioni e desideri senza usare maleducazione o aggressività. Questa strategia a tutto tondo incoraggia connessioni positive ed evita inutili disaccordi. 3. Reazioni emotive equilibrate: essere assertivi consente alle persone di rispondere sia alle emozioni buone che a quelle cattive in modo positivo. Comunicano i loro sentimenti in un modo che promuove la comprensione e la risoluzione piuttosto che diventare eccessivamente ostili o silenziosi.

- **Relazioni migliori** (di tutti i tipi, personali, professionali, ecc.): essere assertivi migliora le relazioni sia in ambienti personali che professionali. Le persone assertive promuovono un clima di fiducia, comprensione e cooperazione produttiva parlando in modo aperto e cortese.
- **Maggiore autostima e fiducia:** essere energici aiuta a sentirsi meglio con se stessi. Le persone sviluppano un più forte senso di autostima e fiducia in se stesse quando possono esprimersi senza inibizioni o paure, il che si traduce in un'immagine di sé più favorevole.

In conclusione, essere energici presenta diversi vantaggi:

I vantaggi psicologici includono meno ansia e tristezza, reazioni emotive regolate e una gestione efficiente dello stress.

Comportamento migliore attraverso una conversazione cortese ma rigorosa
connessioni migliorate grazie alla comunicazione sincera.

Quando le persone parlano con sicurezza e combattono per ciò di cui hanno bisogno, la loro autostima e la loro fiducia aumentano.

Le sfide del non essere assertive/i

- **Sensibilità alle critiche:** le persone prive di assertività potrebbero avere difficoltà a prendere bene le critiche o i feedback. Possono interpretare le critiche in modo personale e mettersi sulla difensiva o turbarsi a causa della paura del confronto.

- **Passività:** una mancanza di assertività può comportare l'incapacità di una persona di esprimere i propri pensieri, bisogni o desideri. Anche se non sono d'accordo, potrebbero seguire le decisioni degli altri, il che potrebbe causare rabbia e insoddisfazione.
- **Insicurezza e bassa autostima** La bassa autostima e l'insicurezza vanno di pari passo, così come la mancanza di assertività. Le persone possono sentirsi poco importanti o mettere in discussione i propri valori quando non è loro consentito parlare per se stessi o esprimere le proprie opinioni.
- **Ansia:** evitare la comunicazione aggressiva può peggiorare i sintomi dell'ansia. Le persone possono essere preoccupate per le ripercussioni di parlare apertamente o temere che esercitarsi possa causare uno scontro.

In conclusione, non essere aggressivi potrebbe comportare inattività, insicurezza, un basso senso di autostima e un aumento della preoccupazione. Le relazioni, lo sviluppo personale e la salute mentale possono essere influenzati negativamente da questi problemi.

How to be assertive Come essere assertive/i

- **Fiducia nel progetto:** credi nella tua capacità di parlare apertamente di ciò di cui hai bisogno e nel tuo diritto di farlo. Le tue affermazioni potrebbero essere più convincenti se parli con sicurezza.
- **Linguaggio del corpo efficace:** mantenere il contatto visivo e utilizzare una postura adeguata per comunicare in modo efficace con gli altri. L'apertura e la fiducia dovrebbero emergere dal tuo linguaggio del corpo.
- **Espressione di pensieri e convinzioni:** è incoraggiata l'espressione onesta e ragionevole di opinioni e convinzioni. Per esprimere i tuoi pensieri e sentimenti senza incolpare o criticare gli altri, usa parole riferite a te.
- **Gestire i problemi non appena si presentano:** agire immediatamente per risolvere i problemi anziché aspettare che peggiorino. La risoluzione tempestiva dei problemi aiuta a evitare che i problemi si trasformino in cause di conflitto più ampie.



- **Gestire lo stress:** sviluppare strategie di riduzione dello stress per mantenere la compostezza nelle interazioni energiche. Puoi mantenere la concentrazione impegnandoti nella respirazione profonda, nella consapevolezza e incoraggiando il dialogo interiore.
- **Mantenere la calma, indipendentemente da come reagisce l'altra persona.** Sviluppa il controllo emotivo per mantenere la compostezza, indipendentemente da come reagisce l'altra persona. Mantieni la calma e concentrati sugli elementi importanti della tua argomentazione.

Essere assertivi implica trasmettere fiducia, utilizzare un buon linguaggio del corpo, comunicare chiaramente punti di vista e opinioni, risolvere i problemi prima che diventino crisi, controllare lo stress ed essere composti di fronte alle reazioni. Puoi parlare in modo assertivo mantenendo il rispetto sia per te stesso che per le altre persone utilizzando queste tecniche.

Quali sono alcuni comportamenti assertivi?

- **Ascolto attivo:** le persone assertive ascoltano attivamente gli altri e mostrano un sincero interesse per i loro punti di vista. Mostrano rispetto per chi parla partecipando al dialogo e offrendo critiche.
- **Considera i punti di vista degli altri:** parte dell'essere assertivi è rispettare i pensieri e le emozioni degli altri. Gli individui assertivi considerano molti punti di vista e sono ricettivi a opinioni diverse.
- **Autocontrollo emotivo e autoregolamentazione emotiva:** un autocontrollo emotivo e un'autoregolamentazione efficaci sono tratti delle persone assertive. Durante le interazioni, si astengono dall'essere eccessivamente emotivi o reagire, il che contribuisce a mantenere un comportamento freddo e raccolto.
- **Ammettere quando si commette un errore.** Le persone assertive accettano la responsabilità delle proprie azioni e riconoscono i propri errori. Quando sbagliano, sono pronti ad ammetterlo e a fare ammenda.

I comportamenti assertivi comprendono l'ascolto attivo, la considerazione dei punti di vista degli altri, il controllo emotivo e la capacità di riconoscere e correggere gli errori. Queste azioni supportano una comunicazione chiara e il mantenimento di relazioni sane.

Differenze tra assertività e aggressività

L'assertività è uno stile di comunicazione definito dall'espressione diretta, schietta e cortese dei propri pensieri, sentimenti, punti di vista e bisogni. Implica difendere se stessi considerando anche i diritti e i punti di vista degli altri. Gli individui assertivi esprimono i propri bisogni e limiti senza violare o sminuire gli altri. Raggiungere un equilibrio tra l'espressione di sé e il mantenimento di relazioni sane è lo scopo dell'assertività.

L'aggressività è uno stile di comunicazione in cui pensieri, sentimenti o desideri sono espressi in modo forte, arrabbiato o conflittuale. Le persone aggressive spesso antepongono i propri interessi a quelli degli altri, il che ostacola una conversazione educata. Voci alzate, insulti, minacce e tentativi di dominare o controllare un discorso sono tutti esempi di aggressività. Lo scopo dell'aggressività è spesso quello di stabilire il controllo o raggiungere i propri obiettivi senza considerare i pensieri o i sentimenti degli altri.

Differenze chiave:

Comunicazione rispettosa o irrispettosa: una comunicazione rispettosa che considera i pensieri e i sentimenti degli altri è un segno di assertività. L'aggressività è irrispettosa e potrebbe implicare comportamenti che spaventano o umiliano.

Equilibrio vs dominanza: l'assertività incoraggia la libera comunicazione tentando di trovare un equilibrio tra l'espressione di sé e il rispetto degli altri. Gli obiettivi dell'aggressività sono il dominio e il controllo, spesso al prezzo di una conversazione produttiva.

Win-Win vs. Win-Lose: la comunicazione assertiva punta a risultati che avvantaggiano entrambe le parti e le fanno sentire ascoltate e considerate. L'aggressività può portare a situazioni di vittoria-sconfitta quando una parte raggiunge i propri obiettivi mentre l'altra viene ignorata o trattata con disprezzo.

Conflitto vs. cooperazione: essere assertivi favorisce la cooperazione e la comprensione, che rafforza i legami tra le persone. Conflitti, resistenze e relazioni tese spesso derivano dall'aggressività.

Autocontrollo emotivo e calma espressione dei sentimenti: essere assertivi richiede autocontrollo emotivo. La rabbia e l'intensificazione delle emozioni sono componenti frequenti dell'aggressività.

In conclusione, l'assertività implica una comunicazione diretta ed educata che consideri sia le richieste dell'individuo che quelle degli altri. L'aggressività, d'altra parte, dà priorità ai propri obiettivi senza considerare gli altri e usa un linguaggio forte e irrispettoso.

Esempi di vita reale: come applicare quanto sopra nel settore ICT

1. **Negoziare le scadenze del progetto:** supponi di essere un project manager presso un'azienda IT e che ti sia stato assegnato un progetto con una scadenza ravvicinata che sembra non plausibile considerando la difficoltà dell'incarico. Puoi esprimere le tue preoccupazioni al tuo capo in modo assertivo anziché accettare ciecamente la scadenza. Potresti delineare le difficoltà e i pericoli legati alla scadenza indicata suggerendone al contempo uno più ragionevole in base alla tua valutazione. In questo approccio, puoi supportare un orizzonte temporale realistico e mantenere aperte le linee di comunicazione.
2. **Gestire lo "scope creep":** nello sviluppo di software, lo *scope creep*, ovvero un'incontrollata espansione di funzionalità o requisiti aggiuntivi a un progetto, può creare problemi a programmi e finanze. Se noti che l'ambito si estende come sviluppatore, puoi parlare con il project manager. Descrivi le tue preoccupazioni riguardo all'effetto sulle risorse e sulla pianificazione del progetto. Fornire raccomandazioni su come gestire le funzionalità supplementari in modo che gli obiettivi del progetto siano raggiunti senza sacrificare la qualità.
3. **Gestione delle interruzioni della comunicazione:** quando un team IT lavora su un sistema complicato, i problemi di comunicazione possono portare a idee sbagliate. Puoi utilizzare la comunicazione assertiva per chiedere chiarimenti se non sei sicuro delle specifiche di un'attività. Chiedi chiarimenti al tuo team leader o ai tuoi colleghi invece di fare supposizioni

o rimanere in silenzio. Rendendo evidente che hai bisogno di indicazioni chiare, eviti qualsiasi errore e garantisci che il progetto venga eseguito con successo.

4. Feedback sulle prestazioni: in qualità di manager ICT, è fondamentale fornire ai membri del team un feedback sulle prestazioni. Per fornire un feedback dettagliato e costruttivo, utilizzare una comunicazione assertiva anziché essere evasivi o eccessivamente critici. Condividere sia i risultati che lo spazio di sviluppo nel loro lavoro. Puoi incoraggiare una cultura di apprendimento e crescita all'interno del team comunicando con fermezza.

5. Richiesta di risorse: in qualità di analista di sistema, puoi esprimere in modo assertivo le risorse di cui hai bisogno dal dipartimento appropriato se hai bisogno di strumenti software specializzati per intraprendere una ricerca approfondita. Descrivi i vantaggi derivanti dall'utilizzo di tali strumenti e come miglioreranno la qualità del tuo lavoro. Spingendo per le risorse richieste, ti assicuri che la tua posizione sia preparata a gestire le aspettative del progetto.

In ciascuno di questi casi, essere assertivi implica esprimere le proprie richieste, obiezioni o pensieri in modo educato e diretto, tenendo presenti gli obiettivi più ampi e preservando la buona volontà all'interno del settore ICT.

Conclusione

Nel settore ICT, l'assertività è un talento cruciale perché consente agli esperti di trasmettere correttamente concetti ed esigenze tecniche complesse, promuovendo uno scambio di informazioni più efficace tra i membri del team e le parti interessate. Inoltre, l'assertività è fondamentale nelle discussioni con clienti e partner perché consente ai lavoratori ICT di esprimere con fermezza le proprie esigenze e raggiungere accordi che supportino obiettivi sia tecnici che commerciali.



Modulo 3: Leadership per il futuro del lavoro

Introduzione

La leadership è fondamentale per le donne in tutti i settori, compreso l'ICT. Sebbene l'importanza della leadership si applichi sia agli uomini che alle donne, essa è particolarmente significativa per le donne a causa delle storiche disparità di genere e della sottorappresentanza nelle posizioni di leadership. Avere team di leadership diversificati è essenziale per promuovere l'innovazione, la creatività e la risoluzione dei problemi, poiché prospettive diverse portano a un migliore processo decisionale e a risultati migliori, soprattutto nel settore ICT, che prospera grazie all'innovazione e ai progressi tecnologici.

Le donne in posizioni di leadership sfidano gli stereotipi e i pregiudizi di genere che storicamente hanno limitato le opportunità delle donne. Inoltre, il settore ICT è stato tradizionalmente dominato dagli uomini e le donne hanno spesso dovuto affrontare ostacoli nell'accesso a posizioni di leadership.

Le tradizioni culturali e gli stereotipi sociali hanno indotto le donne a non sentire una particolare vocazione per il settore dell'economia digitale fin dalla tenera età. Tuttavia, in risposta alla pandemia di COVID-19, la connettività e l'uso digitale sono aumentati in tutto il mondo, e questo non mostra segni di rallentamento. Ecco perché la parità di accesso all'economia digitale non è solo una questione di genere, ma è anche un'esigenza da considerare.

Pertanto, la leadership è vitale per le donne nel settore ICT poiché promuove la rappresentanza, la diversità, l'innovazione e l'uguaglianza di genere. Assumendo posizioni di leadership, le donne possono contribuire a trasformare il settore, creando luoghi di lavoro più inclusivi ed equi e ispirando le future generazioni di donne a intraprendere una carriera nel campo della tecnologia.

Obiettivi del Modulo

L'obiettivo principale di questo Modulo è esplorare i principi e le strategie chiave che possono aiutare le donne ad avere successo come leader nel mondo in continua evoluzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Riconoscendo le sfide affrontate

dalle donne in questo settore, miriamo a fornirti le competenze necessarie per superare le barriere nella tua carriera.

Innanzitutto, esploreremo gli aspetti fondamentali della leadership, comprese le competenze e le abilità essenziali che sono state da tempo riconosciute come vitali per una leadership efficace. Inoltre, approfondiremo le competenze emergenti richieste per il futuro del lavoro, considerando la natura in evoluzione del luogo di lavoro e le sfide che presenta.

Successivamente, sposteremo la nostra attenzione sulla leadership nel contesto specifico del settore ICT (Information and Communication Technology). Metteremo in evidenza storie di successo stimolanti di donne che si sono distinte in questo campo, offrendo preziosi spunti e motivazione. Affronteremo gli ostacoli e le barriere peculiari che le donne possono incontrare nel settore ICT e forniremo consigli pratici e strategie per superarli. Inoltre, esploreremo le abbondanti opportunità che il futuro delle ICT riserva alle donne, consentendo loro di prosperare e dare un contributo significativo in questo settore dinamico.

Unit 1 | Sviluppare una mentalità di leadership

Cos'è la leadership? Perché è importante?

Definizione: Guidare significa influenzare gli altri affinché intraprendano le azioni necessarie per raggiungere gli obiettivi organizzativi, mantenendo l'integrità e il rispetto, consentendo alle persone di unirsi e operare come forza trainante dietro ogni cambiamento organizzativo.

La leadership è attualmente definita come:

- l'insieme delle caratteristiche che rendono un buon leader
- la posizione o il fatto di essere il leader
- la persona o le persone responsabili di un'organizzazione

“La leadership è influenza, niente di più, niente di meno. Come ottieni influenza dalle persone? Investi in loro. Come investire in essi? Si comincia dando loro tempo”. - John C. Maxwell

Per diventare un buon leader è necessario essere in grado di comunicare e motivare i dipendenti con l'obiettivo di ottenere risultati migliori, creando una cultura del lavoro con valori e obiettivi condivisi che consenta spazio e libertà per la condivisione di idee diverse. Solo raggiungendo questo obiettivo potrai passare dall'essere un semplice capo a diventare un leader.

La caratteristica principale di una buona leadership:

- Avere una visione di come dovrebbe essere l'organizzazione e generare le strategie necessarie per realizzarla.
- Avere una rete motivata a cooperare e contribuire a realizzare la visione.
- Essere un autentico leader capace di creare strategie e determinare la direzione in cui l'azienda deve andare avanti, spingendo il team a seguirlo perché crede nel valore delle sue idee.

I diversi stili di leadership

Esistono diversi stili quando si tratta di guidare l'organizzazione, ognuno dei quali è adatto a situazioni o tempi diversi. Un equilibrio tra loro creerà un'organizzazione forte e un leader rispettato.

"I migliori leader non conoscono solo un solo stile di leadership: sono esperti in diversi stili e devono passare da uno stile all'altro a seconda delle circostanze." - Daniel Goleman, autore, psicologo e giornalista scientifico

Lo stile di leadership autoritario è basato sulla disciplina. I manager solitamente danno istruzioni brevi, concrete e precise. Non tengono conto delle preferenze dei loro subordinati e i risultati sono strettamente controllati. Se i risultati attesi non verranno raggiunti ci saranno delle sanzioni.

Lo stile di leadership democratico si basa sull'idea che le opinioni dell'intero gruppo debbano essere prese in considerazione quando si prende una decisione. Questo di solito comporta molti incontri partecipativi, dove a tutti verrà chiesto di partecipare. Uno dei punti chiave è la fiducia riposta nei membri dell'organizzazione, motivo per cui avere un obiettivo comune sarà essenziale per muoversi nella stessa direzione.

Lo stile di leadership affiliativo si basa sulla creazione di legami tra i membri del gruppo al fine di raggiungere armonia e buona collaborazione tra loro. Cerca di creare un buon ambiente di lavoro per evitare possibili conflitti. Lo svantaggio è la mancanza di disciplina o di istruzioni chiare.

Uno stile di leadership condensatore, chiamato anche visionario, si basa sulla motivazione dell'organizzazione. Cerca e orienta verso diverse opportunità che possono essere sviluppate all'interno dell'organizzazione con l'aiuto della definizione degli obiettivi personali. La motivazione è la pietra miliare di questo tipo di leadership.

Competenze, qualità e abilità dei leader

Comprendere gli elementi chiave della leadership e della comunicazione potrebbe fare la differenza tra il successo e il fallimento di un'organizzazione.

Per essere un buon leader, è necessario avere la capacità sufficiente di influenzare l'organizzazione, il che richiede una serie di competenze e abilità.

- **Credibilità:** difficilmente possiamo influenzare gli altri senza avere credibilità o senza creare fiducia. La credibilità è la base su cui le persone saranno disposte a lavorare con noi.
- **Influenza:** avere influenza significa avere la capacità di indurre gli altri a cambiare il proprio comportamento o semplicemente a fare la cosa giusta tenendo presente l'interesse generale. Il nostro stile di influenza è determinato dal rapporto che instauriamo con l'individuo e dalla difficoltà del compito che deve svolgere.

- **Allineamento:** è la capacità di posizionare gli interessi individuali nella stessa direzione di quelli dell'organizzazione, in modo che lavorando per il proprio vantaggio si contribuisca all'interesse generale e viceversa.
- **Processo decisionale:** capacità di prendere decisioni quando necessario. A volte è la decisione presa (e le sue conseguenze) ad essere importante piuttosto che l'atto stesso di decidere. Il problema è quando non si fa nulla. Pertanto, un leader non può aver paura di prendere decisioni, nonostante il rischio di fallire. Se vogliamo innovare dobbiamo correre dei rischi.
- **Ottimismo:** Parleremo di "ottimismo intelligente", che è capace di vedere il bene senza trascurare il male, in contrapposizione all'"ottimismo nostalgico", che vede semplicemente il bene. Pertanto, di fronte alle difficoltà che possono apparire lungo il percorso, è necessaria una buona dose di ottimismo per portare avanti il nostro progetto.
- **Comunicazione efficace:** per comunicare bene i nostri pensieri, idee e richieste, bisogna prima essere un ascoltatore impegnato, prestando attenzione non solo al discorso, ma anche ai segnali non verbali - come il linguaggio del corpo e le espressioni del viso - degli altri. Gestire bene lo stress ed essere assertivi sono anche elementi fondamentali per una comunicazione efficace.

Oltre a queste competenze e abilità generali dei leader, è fondamentale citarne alcune che saranno cruciali nel futuro del lavoro.

1. **Intelligenza Emotiva:** è la capacità di riconoscere e gestire le emozioni in se stessi e negli altri. È un'abilità fondamentale per i leader costruire relazioni forti, comprendere le dinamiche del team e affrontare situazioni complesse.
2. **Leadership adattiva e agile:** la capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti e di abbracciare l'ambiguità è fondamentale. I futuri leader del lavoro dovrebbero essere flessibili, di mentalità aperta e a proprio agio con l'incertezza. Dovrebbero incoraggiare una cultura di sperimentazione, apprendimento e miglioramento continuo.
3. **Leadership inclusiva:** l'inclusione è sempre più importante in ambienti lavorativi diversificati: favorisce la diversità e, di conseguenza, favorisce la creatività e

l'innovazione. I leader inclusivi creano un ambiente in cui la diversità è valorizzata e tutti gli individui si sentono rispettati e inclusi. I futuri leader del lavoro dovrebbero essere in grado di riconoscere e apprezzare prospettive diverse, promuovere una cultura di appartenenza e garantire pari opportunità a tutti i membri del team.

4. **Alfabetizzazione digitale:** poiché la tecnologia continua a trasformare il posto di lavoro, i leader devono essere alfabetizzati digitalmente. I leader devono sentirsi a proprio agio con le tecnologie emergenti e comprenderne il potenziale impatto sull'organizzazione. Dovrebbero rimanere aggiornati sulle tendenze digitali, sfruttare gli strumenti digitali per migliorare l'efficienza e la produttività e guidare la trasformazione digitale all'interno dei loro team.
5. **Leadership collaborativa:** la collaborazione è un aspetto chiave del futuro del lavoro, in cui i team interfunzionali e il lavoro remoto sono comuni. Il lavoro del futuro richiede la collaborazione tra team, aree geografiche e culture diverse. I leader devono essere abili nel costruire partenariati, promuovere il lavoro di squadra e sfruttare l'intelligenza collettiva. Dovrebbero anche avere la capacità di influenzare e ispirare gli altri senza fare affidamento sull'autorità formale, ma sull'impegno collaborativo.
6. **Leadership etica e responsabile:** i futuri leader del lavoro dovrebbero sostenere elevati standard etici e agire in modo responsabile nei confronti dei propri stakeholder, della società e dell'ambiente. Dovrebbero prendere decisioni con integrità, considerare l'impatto delle loro azioni e dare l'esempio nella promozione della sostenibilità e della responsabilità sociale.
7. **Coaching e mentoring:** i leader svolgono un ruolo fondamentale nello sviluppo dei membri del proprio team. È fondamentale dare potere ai leader che supportano la crescita individuale, forniscono feedback e promuovono una cultura dell'apprendimento all'interno dei loro team.
8. **Gestione del cambiamento:** il cambiamento è costante nella storia dell'umanità, quindi i leader devono essere qualificati nel gestire e guidare il cambiamento nel mondo del lavoro.
9. **Processo decisionale basato sui dati:** nell'era dei big data, i leader devono essere abili nell'analizzare e interpretare i dati per prendere decisioni informate.

10. **Resilienza e benessere:** poiché il futuro del lavoro comporta nuove sfide, i leader devono dare priorità al proprio benessere e a quello dei propri team. Per ottenere risultati migliori, le aziende e le organizzazioni dovrebbero promuovere l'equilibrio tra lavoro e vita privata, sostenere la salute mentale dei dipendenti e fornire risorse per lo sviluppo della resilienza.

Strategie per sviluppare il senso di leadership

Poiché la tecnologia cambia così rapidamente, tu e il tuo team dovete essere flessibili e dinamici.

Per fare ciò, ecco un elenco di suggerimenti:

1. **Fai un piano per gestire il tuo livello di energia,** sappi come gestire e organizzare il tuo tempo, il tuo programma, per gestire la tua energia. Incoraggia la tua squadra a fare lo stesso.
2. **Comunicare di persona obiettivi, vittorie e strategia.** Sebbene la comunicazione tramite la tecnologia possa essere veloce, non è sempre efficiente quanto la comunicazione faccia a faccia. I leader ICT devono tenerlo presente: velocità non è sinonimo di efficienza. Chiarimento dei dettagli del progetto, comunicazione sui miglioramenti necessari, ringraziamenti sinceri: la conversazione faccia a faccia fornisce un feedback immediato.
3. **Promuovere l'innovazione combinando le generazioni più giovani con quelle anziane.** È interessante notare che la crescita non deriverà più esclusivamente dalle scoperte tecnologiche o dalle innovazioni di prodotto. È importante tenere a mente una strategia di scambio di idee tra le nuove e le vecchie generazioni, perché questo valorizzerà al meglio i pensieri di tutti, dando come risultato un'innovazione perfettamente adatta ai clienti.
4. **Considera la leadership come una partnership.** La tecnologia non è di per sé il fulcro delle funzioni intelligenti delle ICT. Ma una soluzione "collettiva" basata su una profonda comprensione dell'altro lato della partnership. Lavorare insieme è la chiave del successo.



5. **Considerare l'ICT come un modo per promuovere interazioni umane migliori e più profonde.** Le aziende che eliminano la profondità dell'interazione umana nei processi spesso trovano difficile riconquistare la vicinanza e le alleanze che hanno formato. La leadership significa in definitiva portare a termine le cose e creare relazioni preziose.

Unit 2 | La Leadership nel settore ICT

Come si integra la leadership nel settore ICT?

Ci sono tre responsabilità fondamentali della leadership tecnologica:

- Competenza tecnologica
- Supporto alla squadra
- Innovazione

Cosa significa esattamente? In primo luogo, un leader ha bisogno dell'eccellenza tecnica per essere in grado di applicare (e quindi monitorare) le pratiche e gli standard di lavoro adottati e svolti dall'intero team.

In secondo luogo, dovrebbe sapere come guidare un team IT, facilitarlo e motivarlo, organizzare il flusso di lavoro adeguato e fornire supporto affinché possa funzionare senza intoppi.

E in terzo luogo, dovrebbe essere uno spirito trainante per l'innovazione, provare cose nuove, trovare nuove soluzioni, sperimentare ed essere un esempio da seguire per ogni membro del team.

Esempi di donne leader di successo nel settore ICT

Le donne hanno raggiunto posizioni rilevanti e posizioni più elevate nelle aziende. Vediamo alcuni esempi.

In Spagna:

Andrea Barbieri



CEO e co-fondatore di RatedPower, società dedicata alla pianificazione, progettazione e ottimizzazione del processo di ingegneria dei pannelli fotovoltaici, Andrea Barber è stata riconosciuta dall'Istituto Europeo di Innovazione (EIT) come una delle tre principali leader europee nel campo della innovazione tecnologica. È stata anche inclusa nella lista delle 100 donne più influenti in Spagna 2022 dalla rivista Forbes.

È co-fondatrice del podcast Vostok 6, nato con l'obiettivo di ispirare le giovani donne attraverso interviste a donne di spicco in tutti i settori, dalle piloti alle architette, dalle attrici alle imprenditrici.

Livello internazionale:

Ginni Rometty

Da dicembre 2020 è co-presidente di OneTen. Ha trascorso gran parte della sua carriera in IBM, dove ha iniziato nel 1981, raggiungendo la posizione di Presidente e CEO dal 2012 al 2020, diventando la prima donna a ricoprire quella posizione all'interno dell'azienda. Ricordiamo che IBM è nota per i suoi prodotti hardware e software, inclusi computer, server, sistemi di storage e apparecchiature di rete.

Limiti & ostacoli

Mancanza di rappresentanza

Secondo l'[Exploding Topics](#), le donne detengono solo il 26,7% dei lavori legati alla tecnologia, circa il 25% delle posizioni di leadership nel settore tecnologico e il 14% delle posizioni di ingegneria del software.

L'industria tecnologica soffre di una significativa mancanza di rappresentanza delle donne, il che rende difficile per le donne che intraprendono la loro carriera trovare modelli ispirazionali. A causa dell'assenza di leader donne all'interno della loro azienda o cerchia che possano fungere da ispirazione e offrire guida, può essere difficile per le donne visualizzarsi in ruoli di leadership o identificare un percorso chiaro per l'avanzamento di carriera. L'assenza di esempi visibili di donne di successo in questi ruoli può far sì che le donne dubitino delle proprie capacità e si sentano come se non si adattassero.

Inoltre, la mancanza di modelli ispirazionali può bloccare la loro ricerca di mentori o sostenitori che possano fornire un prezioso orientamento e supporto professionale. Pertanto, è fondamentale aumentare la rappresentanza femminile nel settore tecnologico e fornire alle donne i modelli ispirazionali e la guida necessari per aiutarle a prosperare e ad avere successo.

Soluzione:

Un modo efficace per combattere questa sfida è quello di evidenziare le donne di punta nel settore tecnologico che hanno contribuito al campo tecnologico nel corso della storia.

[Suggerimento: in questa parte del webinar possiamo chiedere se qualcuno vuole dare input su potenziali soluzioni, creando più di un'interazione]

Disparità di accesso alle opportunità e divario educativo

I dati dimostrano che il livello di partecipazione delle donne alla società dell'informazione è limitato, sia in termini di accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) che di carriere nel settore. Si tratta di un divario su scala globale che, anziché ridursi, si è ampliato negli ultimi anni. È anche un dato di fatto che tali divari all'interno del settore ICT si traducono in vincoli ben noti, i cosiddetti "soffitti di vetro", che ostacolano l'accesso delle donne ai processi decisionali e ai ruoli dirigenziali. Questi concetti e dati sono scoraggianti e sono stati a lungo considerati inevitabili.

La letteratura più ampia su istruzione, disuguaglianza e questioni di giustizia sociale sembra suggerire che l'istruzione può essere un motore dell'uguaglianza. Tuttavia, è necessario tracciare storicamente fino a che punto l'istruzione abbia avuto successo nel porre rimedio alla disuguaglianza e, in caso affermativo, con quali mezzi. Esiste, ad esempio, una letteratura significativa sugli interventi volti ad affrontare lo sviluppo professionale delle donne e la mancanza di competenze ICT, e la misura in cui questi hanno avuto successo.

Soluzione:



Fin dalla tenera età, educare studenti e studentesse sul fatto che un lavoro non ha genere. Rivolgendosi in particolare ad allievi/allieve delle scuole superiori, la gamma di opportunità e potenziali percorsi professionali dovrebbe essere quanto più ampia possibile.

Opportunità per il futuro della leadership nell'ICT

Il modo in cui le ICT si stanno evolvendo e le preoccupazioni sottolineate a livello internazionale sono buoni indicatori per il futuro della leadership in questo campo. Un buon leader deve tenere conto delle sfide emergenti, tenendo sempre presente che queste possono rappresentare opportunità di crescita, innovazione e miglioramento della vita sociale e pubblica. Il nostro obiettivo qui è ispirare creatività e innovazione, quindi evidenziamo tre aree chiave che sembrano suggerire future possibilità di sviluppo della leadership nel settore ICT.

1. **L'eICTa** nell'ICT è una preoccupazione crescente, in particolare per quanto riguarda i diritti di proprietà intellettuale online, la sicurezza dei dati e i diritti alla privacy.
2. **Sicurezza informatica:** ad esempio, si stanno esplorando processi di automazione per accelerare le reazioni alle minacce alla sicurezza, come gli attacchi al cloud.
3. **Strumenti di lavoro e collaborazione a distanza** - La pandemia di COVID-19 ha accelerato l'adozione del lavoro a distanza, degli uffici domestici e degli strumenti di collaborazione virtuale. Esiste una domanda continua di soluzioni flessibili che consentano comunicazione e produttività fluide ed efficaci per i team in remoto, garantendo al tempo stesso privacy e trasparenza.

Sebbene queste aree siano generali per l'intero settore ICT, le donne leader hanno la capacità di svolgere un ruolo vitale nelle scoperte future.

Conclusioni

Mentre concludiamo questo webinar sulla leadership femminile nel settore ICT, ricorda che il tuo potenziale è illimitato. Abbracciando questi principi e strategie, potrete prosperare come leader, contribuire alla crescita del settore ICT e ispirare le future generazioni di donne

nella tecnologia. Spero che imparerai da questo webinar e, soprattutto, che ti divertirai molto. Se hai domande/feedback sarò felice di risponderti.



Modulo 4: Public Speaking & Comunicazione Efficace

Introduzione

Benvenuti nel mondo del Public Speaking e delle abilità di presentazione, studiate appositamente per le donne nel dinamico settore delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT). In un settore storicamente dominato dagli uomini, la vostra presenza e la vostra voce sono fondamentali per promuovere l'innovazione e il cambiamento positivo. Che siate aspiranti leader della tecnologia, professioniste esperte o astri nascenti del mondo tecnologico, padroneggiare l'arte del public speaking e delle presentazioni efficaci può spingere la vostra carriera verso nuove vette.

Questa introduzione si propone di fornire approfondimenti essenziali e consigli pratici per aiutarvi a brillare con sicurezza sul palco, nelle riunioni e durante le interazioni importanti. Sappiamo che parlare in pubblico può intimorire, ma non temete! Vi forniremo gli strumenti e le tecniche per sfruttare i vostri punti di forza unici e trasmettere messaggi d'impatto con autenticità e compostezza.

Nel corso di questo viaggio, esploreremo il potere della comunicazione efficace, l'arte della narrazione accattivante, l'uso di immagini per migliorare il vostro messaggio e i consigli per superare i nervi e aumentare la sicurezza di sé. Inoltre, sottolineeremo l'importanza di adattare il messaggio in modo che risuoni con un pubblico eterogeneo e di sostenere una maggiore rappresentanza delle donne nella comunità tecnologica.

Come donna ICT, possedete un patrimonio di conoscenze ed esperienze che merita di essere ascoltato. La tua voce ha il potenziale per ispirare, motivare e guidare gli altri in questo panorama digitale in rapida evoluzione. Che si tratti di presentare ricerche rivoluzionarie, di proporre idee innovative o di sostenere un ambiente di lavoro più inclusivo, le vostre capacità comunicative saranno la vostra più grande risorsa.

Intraprendiamo insieme questo viaggio di trasformazione. Mentre ci addentriamo nel mondo del public speaking e delle presentazioni, ricordate che la crescita avviene con la pratica e ogni passo che fate vi avvicina a diventare un comunicatore potente, influente e sicuro di sé nell'eccitante regno delle ICT. Celebriamo la vostra prospettiva unica e l'impatto positivo che potete avere sul futuro della tecnologia.



Preparatevi a liberare il potere della vostra voce e a lasciare il segno nel mondo delle ICT grazie a eccezionali doti di public speaking e di presentazione. Iniziamo!

Obiettivi del Modulo

1. Articolare almeno tre ragioni per cui le capacità di parlare in pubblico sono importanti.
4. Distinguere tra i principali tipi di discorsi.
5. Identificare le undici competenze fondamentali per parlare in pubblico.
6. Migliorare le proprie capacità di presentazione e applicare i suggerimenti nei propri discorsi.

Unit 1 | Cos'è il Public Speaking?

Definizione

Il public speaking, chiamato anche orazione o oratoria, è il processo di comunicazione di informazioni a un pubblico dal vivo. Il tipo di informazioni comunicate è deliberatamente strutturato per informare, persuadere e intrattenere. Molte persone temono di soffrire di una debolezza nel parlare in pubblico e non hanno la volontà di padroneggiare questa abilità.

La capacità di parlare davanti a un gruppo di persone è un bene prezioso e un talento importante. Come un attore o un'attrice sul palcoscenico, l'oratore pubblico trascina il suo pubblico o delude se stesso e il pubblico. Parlare in pubblico e tenere un discorso non è un affare per tutti. Le abilità e le strategie necessarie per tenere un discorso devono essere acquisite da tutti, indipendentemente dal campo di attività. Si dice spesso che non c'è nulla di più importante per la propria formazione del sapersi esprimere. Parlare in pubblico è facile se l'oratore lo permette. In ogni caso, ci sono alcune indicazioni da conoscere che rendono meno difficile la presentazione di un discorso in pubblico. Innanzitutto, l'oratore pubblico deve conoscere a fondo il suo pubblico in termini di esigenze, attitudini, background, interessi, ecc.

Un ottimo public speaking è costituito da tre componenti:

1. **Stile:** Costruito con maestria utilizzando le parole per creare un testo bello da ascoltare e da leggere.
2. **Sostanza:** Un tema centrale che richiama e ispira i valori e gli ideali del pubblico.
3. **Impatto:** Impatto che cambia le opinioni, le menti e i cuori. Un'orazione d'impatto produce un effetto persistente sul pubblico.

L'importanza del Public Speaking

Parlare in pubblico è una delle abilità più importanti che un individuo possa apprendere. Per esempio, si consideri l'impatto monumentale dei seguenti due discorsi pubblici:

1. Il "Discorso di Pearl Harbor alla nazione" di Franklin D. Roosevelt

L'8 dicembre 1941, Franklin D. Roosevelt pronunciò un discorso elettrizzante, dichiarando guerra al Giappone e assicurando agli americani che gli Stati Uniti avrebbero raggiunto la vittoria. Immaginate l'inquietudine di ogni famiglia americana nel sapere che il loro mondo stava per cambiare. La reazione del Congresso ha consolidato un discorso molto reale e pronunciato in modo eccezionale. Il discorso riporta ogni ascoltatore a un momento storico molto critico.

2. Il discorso "I Have a Dream" di Martin Luther King

Il 28 agosto 1963, Martin Luther King Jr. pronunciò un discorso per porre fine al razzismo negli Stati Uniti e per i diritti civili ed economici. Questo esempio di grande discorso pubblico è stato un elemento determinante del movimento per i diritti civili, che ha portato all'approvazione del Civil Rights Act, che ha garantito agli afroamericani la parità di trattamento. È considerato uno dei più grandi discorsi oratori della storia americana.

I più grandi discorsi pubblici del mondo hanno motivato le persone in tempi bui, hanno dato speranza in tempi di disperazione, hanno dato coraggio e ispirato milioni di persone e hanno cambiato il corso della storia. Ora che abbiamo compreso l'importanza del parlare in pubblico e il suo impatto sugli altri, cerchiamo di capire l'importanza di un buon discorso in pubblico in un contesto aziendale.

The Importance of Public Speaking in Business

Nel mondo degli affari, i discorsi in pubblico si dividono in diverse categorie principali:

1. **Discorsi esterni** - sono rivolti a investitori, fornitori e altre parti che non lavorano direttamente per l'azienda.
2. **Discorsi interni** - vengono pronunciati ai dipendenti sotto forma di Town Hall (eventi aziendali organizzati con tutto il personale) o di riunioni con tutti i dipendenti.
3. **Riunioni e presentazioni** - le riunioni e le presentazioni sono molto meno formali dei due tipi di discorsi precedenti e si svolgono con maggiore frequenza. Avere buone capacità di parlare in pubblico durante una riunione interna può essere molto importante per la vostra carriera.

Parlare in pubblico è importante in un contesto aziendale per diversi motivi:

- Riunire i dipendenti, gli azionisti, i clienti o il pubblico richiede tempo e deve esserci un buon motivo per farlo. Si tratta quindi di un'opportunità importante per ispirare, informare, persuadere e ri-esaltare il pubblico su una certa idea.
- La capacità di parlare in pubblico di un individuo dà un'impressione dell'azienda. Per esempio, se un amministratore delegato tiene un cattivo discorso, il pubblico potrebbe concludere che l'azienda ha una leadership carente, che è una perdita di tempo o che non si sta impegnando per avere successo.
- Un buon discorso in pubblico stimola l'innovazione e le opportunità. Ad esempio, un discorso ben tenuto in una sala riunioni può ispirare un cambiamento organizzativo e spingere l'azienda in un'altra direzione. Ogni decisione aziendale importante inizia con un buon discorso pubblico o una discussione di gruppo.

I benefici del public speaking

Secondo l'Associazione dei college e delle università americane, esiste una serie di competenze fondamentali che sono necessarie "sia per una democrazia impegnata a livello globale sia per un'economia dinamica e alimentata dall'innovazione". Nella categoria "Competenze intellettuali e pratiche" il public speaking è elencato come una di queste competenze fondamentali. Questo non è particolarmente sorprendente, dato che le capacità di comunicazione sono fondamentali per lo sviluppo intellettuale, la carriera e l'impegno civico. Parlare in pubblico è universalmente applicabile a tutti i tipi di corsi di laurea e professioni ed è considerato dai datori di lavoro statunitensi un'abilità critica per l'occupabilità di chi cerca lavoro (Rockler-Gladen, 2009; U.S. Department of Labor, 2000). Indipendentemente dalle vostre ambizioni e dai vostri interessi, lo sviluppo delle capacità oratorie sarà vantaggioso per la vostra vita personale, professionale e pubblica.

Personale;

Le persone non si limitano a tenere presentazioni sul lavoro o durante le lezioni. A volte siamo chiamati a tenere discorsi nella nostra vita personale. Può trattarsi di un evento speciale o di un'attività di volontariato, di presentare un ospite a un evento o di consegnare o accettare un premio per un servizio. Sviluppare l'abilità di tenere questi tipi di discorsi può aiutarci a svolgere ruoli essenziali nella nostra famiglia e nella comunità. Un altro grande vantaggio personale del parlare in pubblico è che rafforza la fiducia in se stessi. Non c'è da stupirsi che parlare in pubblico faccia paura, ma impegnandosi in questa attività si acquisisce fiducia in se stessi grazie a questa esperienza.

Professionale;

Gli annunciatori televisivi, gli insegnanti, gli avvocati e gli intrattenitori devono essere in grado di parlare bene, ma la maggior parte delle altre professioni richiede o almeno può trarre beneficio dalle capacità di parlare in pubblico. Si ritiene che oggi il 70% dei posti di lavoro preveda una qualche forma di public speaking. Con il recente spostamento economico dalle carriere manifatturiere a quelle di servizio, la capacità di comunicare con gli altri è diventata fondamentale. I top CEO consigliano che i grandi leader devono essere in grado di comunicare le idee in modo efficace, devono essere in grado di persuadere, creare sostegno, negoziare e parlare efficacemente in pubblico. Ma prima ancora di iniziare una



carriera, bisogna trovare un lavoro. La capacità di parlare in modo efficace vi rende più attraenti per i datori di lavoro, aumentando le vostre possibilità di ottenere un impiego e di progredire nella vostra carriera.

Pubblico;

Imparare a parlare in pubblico vi permetterà di partecipare alla democrazia al suo livello più elementare. Parlare in pubblico è importante per creare e sostenere una società che comprende partecipanti informati e attivi. Anche se non avete intenzione di candidarvi, imparare a parlare in pubblico vi aiuterà ad ascoltare con più attenzione e a valutare criticamente i discorsi degli altri.

Unit 2 | Quali sono le tipologie di discorso?

Le quattro tipologie

Esistono quattro tipi di discorsi che la maggior parte degli oratori utilizza per tenere un discorso.

1. I discorsi estemporanei sono discorsi accuratamente preparati e praticati dall'oratore prima del momento del discorso. L'oratore utilizza degli appunti o una scaletta come guida durante il discorso. Gli appunti o la scaletta di solito includono le citazioni e le fonti che l'oratore vuole citare nella presentazione, nonché l'ordine in cui le informazioni devono essere fornite nel discorso. Il discorso viene pronunciato come se l'oratore stesse conversando con il pubblico. Poiché l'oratore non legge l'intero discorso, l'oratore estemporaneo usa gli appunti solo come guida - una sorta di trigger per la memoria - e sarà anche in grado di rispondere al pubblico poiché la sua testa non è intrappolata dalla lettura di ogni parola su un foglio. Questo è il tipo di public speaking che dovrete cercare di utilizzare in Fundamentals of Oral Communication per i vostri discorsi informativi e persuasivi, perché è il tipo di public speaking più pratico, quello che probabilmente userete in una situazione reale, quando vi verrà chiesto di fare una presentazione formale.



2. I discorsi improvvisati sono discorsi che vengono pronunciati senza appunti o un piano e senza alcuna preparazione formale - sono pronunciati in modo molto spontaneo. Questa è una delle situazioni più snervanti per la maggior parte degli partecipanti, perché non c'è un piano o un ordine del giorno da seguire - devono solo alzarsi e parlare senza alcun tempo di "riflessione". Hanno paura di non sapere cosa dire quando si alzano di fronte al pubblico e di rendersi ridicoli. Se questo tipo di situazione vi rende nervosi, non siete i soli! La realtà è che questo è il tipo di discorso in pubblico per il quale siete più preparati. La vostra vita quotidiana è piena di esperienze e conversazioni improvvisate. Ogni conversazione telefonica, ogni scambio tra voi e una persona cara, ogni discussione tra amici è improvvisata per sua stessa natura: anche se "pralCThiamo" le nostre conversazioni, esse sono comunque improvvisate. Quindi, anche se molti sono nervosi per i discorsi improvvisati, sono quelli a cui sono più preparati grazie alla loro esperienza quotidiana.
3. I discorsi manoscritti sono discorsi che vengono pronunciati con un copione delle parole esatte da usare. Se devono tenere un discorso, molti preferiscono avere ogni singola parola davanti a sé, in modo da poter pralCTamente "leggere" il discorso al pubblico. Sebbene questo sia molto rassicurante per un oratore, che ha la sensazione di non "dimenICTare" nulla se ha tutte le parole davanti a sé, il discorso su manoscritto è una delle peggiori trappole in cui cadere per un oratore. L'oratore che utilizza un manoscritto completo spesso passa più tempo a guardare il copione che il pubblico. In questo modo, l'oratore non è in grado di reagire al pubblico o di rispondere alle sue domande. Pertanto, il manoscritto diventa una trappola per l'oratore.
4. I discorsi memorizzati sono discorsi che vengono memorizzati. L'oratore memorizza completamente il testo di un discorso e poi lo pronuncia a memoria senza fare affidamento su appunti o su una scaletta. Questo tipo di discorso è molto temuto dalla maggior parte delle persone, perché temono di dimenticare ciò che avevano programmato di dire quando si trovano di fronte al gruppo e di rendersi ridicoli di fronte al pubblico se dimenticano cosa dire. Questo tipo di discorso non è molto comune nella vita quotidiana, a meno che non si svolga una professione come la recitazione. La maggior parte di noi memorizza molto poco nella vita quotidiana -



non dobbiamo nemmeno ricordare i numeri di telefono da quando abbiamo i cellulari! Non richiedo discorsi memorizzati sulla base dei Fondamenti della comunicazione orale, perché penso che portino a esperienze negative per alcuni e non sono qualcosa che la maggior parte delle persone sarà tenuta a fare nel corso della propria vita quotidiana.

Aspetti corporei dell'esecuzione del discorso

Ci sono quattro aspetti del corpo di un oratore che influenzano l'interpretazione del messaggio da parte del pubblico.

1. I gesti sono movimenti della testa, delle braccia e delle mani dell'oratore. Quando si osserva un grande oratore pubblico, si nota che tutto il suo corpo è coinvolto nella presentazione. Utilizza tutto il corpo per trasmettere il messaggio: le braccia gesticano, le dita indicano o accentano parole importanti e la testa annuisce quando parla di qualcosa di importante. La maggior parte delle persone pensa a un podio come a un meraviglioso pezzo di arredamento da avere a portata di mano quando si tiene una presentazione: di solito, perché dà all'oratore un posto dietro cui nascondersi! Un podio è progettato per una e una sola cosa: contenere gli appunti. Non è fatto per sostenere il vostro peso, per essere appoggiato o per essere afferrato con le mani. Se vi aggrappate a un podio o lo afferrate per paura, non sarete in grado di gesticolare e sarete semplicemente una testa che parla. La maggior parte di noi gesticola naturalmente nelle conversazioni quotidiane. Molti di noi sono accusati di parlare con le mani. In effetti, se vi viene chiesto di sedervi sulle mani e conversare con qualcuno, probabilmente compensate la mancanza di gesti con le braccia o con le mani annuendo con la testa o scrollando le spalle più del normale! Se dovete parlare su un podio, appoggiate i vostri appunti sul podio e fate un passo indietro per non aggrapparvi ad esso. Questo vi aiuterà a gesticolare in modo naturale e a non aggrapparvi al podio. Se tenete gli appunti in mano, evitate di gestire gli appunti perché il pubblico seguirà logicamente gli appunti se li agitate.
2. Le espressioni facciali sono movimenti degli occhi, della bocca, del mento, ecc. Il consiglio migliore per quanto riguarda le espressioni facciali è quello di farle



corrispondere all'argomento trattato. Se state parlando di un argomento serio, usate un'espressione facciale seria, ma se state parlando di qualcosa di divertente, sorridete o ridete. Si può rovinare una presentazione seria ridendo durante la stessa e si può rovinare un discorso leggero non facendo mai un sorriso.

3. Il contatto visivo è un contatto prolungato e significativo con gli sguardi del pubblico. Questo è il motivo principale per cui la maggior parte delle persone odia parlare in pubblico: il pensiero che la gente vi guardi e che tutti gli occhi siano puntati su di voi è probabilmente la parte più difficile del parlare in pubblico. Ci sono molti modi che vi diranno per aggirare il problema del contatto visivo.
4. Il movimento è il movimento dell'intero corpo dell'oratore. Se potete evitarlo, non lasciatevi intrappolare dietro un podio o in un'unica area. Se osservate un oratore di grande qualità, vedrete che non è quasi mai intrappolato dietro qualcosa. Si muovono nella sala mentre parlano e questo può significare che sono in fondo al corridoio o in tutta la parte anteriore della sala.

Unit 3 | Cosa sono le abilità di presentazione?

Definizione e importanza

Le abilità di presentazione sono le capacità e le qualità necessarie per creare e realizzare una presentazione convincente che comunichi efficacemente informazioni e idee. Esse comprendono ciò che si dice, il modo in cui lo si struttura e i materiali che si includono a supporto di ciò che si dice, come presentazioni PPT, video o immagini.

Perché le abilità di presentazione sono importanti?

La realizzazione di presentazioni efficaci è fondamentale nella vita professionale e personale. Dovrete affinare le vostre capacità di presentazione in diversi ambiti, come quando fate un discorso, convincete il vostro partner a fare un acquisto oneroso o parlate con amici e familiari di una situazione importante.

Indipendentemente dal fatto che le utilizzate in ambito personale o professionale, queste abilità rendono più facile ed efficace trasmettere le vostre idee, convincere o persuadere gli

altri e sperimentare il successo. Alcuni dei vantaggi che spesso accompagnano il miglioramento delle capacità di presentazione sono:

- Miglioramento delle capacità di comunicazione scritta e verbale
- Aumento della fiducia e dell'immagine di sé
- Potenziamento delle capacità di pensiero critico e di risoluzione dei problemi
- Migliori tecniche motivazionali
- Aumento delle capacità di leadership
- Aumento della gestione del tempo, della negoziazione e della creatività.

Migliori sono le vostre tecniche di presentazione, più coinvolgenti saranno le vostre presentazioni. Potreste anche avere maggiori opportunità di avere un impatto positivo negli affari e in altre aree della vostra vita.

Capacità e abilità per presentare in modo efficace

Immaginate di essere tra il pubblico di una conferenza TED o di essere seduti con i vostri colleghi a una riunione importante organizzata dal vostro datore di lavoro. Cosa cerchereste nel modo in cui trasmettono il loro messaggio? Cosa vi farebbe sentire coinvolti?

Queste sono alcune domande da porsi mentre si esamina questo elenco di alcune delle abilità di presentazione più efficaci.

Comunicazione verbale

Il modo in cui usate il linguaggio e trasmettete i messaggi, gioca un ruolo essenziale nel modo in cui il pubblico riceverà la vostra presentazione. Parlate in modo chiaro e sicuro, proiettando la vostra voce in modo che tutti possano sentirla. Pensate prima di parlare, facendo delle pause quando necessario e adattando il vostro modo di parlare in modo che risuoni con il vostro pubblico di riferimento.

Il linguaggio del corpo

Il linguaggio del corpo combina diversi elementi critici, tra cui la postura, i gesti, il contatto visivo, le espressioni e la posizione di fronte al pubblico. Il linguaggio del corpo è uno degli

elementi che può trasformare istantaneamente una presentazione altrimenti noiosa in una dinamica e interessante.

Proiezione della voce

La capacità di proiettare la voce migliora la presentazione, consentendo al pubblico di sentire ciò che si sta dicendo. Inoltre, aumenta la fiducia in se stessi e aiuta a calmare i nervi, rendendo il messaggio più coinvolgente. Per proiettare la voce, state in piedi comodamente con le spalle indietro. Respirate profondamente per dare forza alla vostra voce e assicuratevi di enunciare ogni sillaba che pronunciate.

La postura

Il modo in cui ci si presenta ha un ruolo importante nel linguaggio del corpo e nella capacità di proiettare la voce. Inoltre, stabilisce il tono della presentazione. Evitate di accasciarvi o di apparire eccessivamente tesi. Rimanete invece aperti, eretti e adattabili, tenendo conto della formalità dell'occasione.

Storytelling

Incorporare la narrazione in una presentazione è una strategia efficace utilizzata da molti oratori potenti. Ha il potere di dare vita al vostro argomento e di stimolare la curiosità del pubblico. Non abbiate paura di raccontare una storia personale, creando lentamente suspense o aggiungendo un momento drammatico. E, naturalmente, assicuratevi di concludere con un'affermazione positiva per portare a casa il vostro punto di vista.

Ascolto attivo

L'ascolto attivo è un'abilità preziosa di per sé. Quando capite e rispondete in modo ponderato a ciò che ascoltate, sia in una conversazione che durante una presentazione, probabilmente approfondirete le vostre relazioni personali e coinvolgerete attivamente il pubblico durante una presentazione. Come parte della vostra abilità di presentazione, aiuta a catturare e mantenere l'attenzione del pubblico, aiutandolo a rimanere concentrato e a ridurre al minimo la risposta passiva, assicurando che il messaggio sia trasmesso correttamente e incoraggiando un invito all'azione.

Presenza sul palco



Durante una presentazione, proiettare sicurezza può aiutare a mantenere il pubblico impegnato. La presenza scenica può aiutarvi a entrare in contatto con il pubblico e a incoraggiarlo a guardarvi. Per migliorare la vostra presenza, provate ad aumentare il vostro normale contegno infondendovi un po' di entusiasmo. Mostrate sicurezza e mantenete le informazioni interessanti.

Osservate il pubblico mentre presentate. Se riuscite a catturare la loro attenzione, probabilmente significa che state entrando in sintonia con loro.

Consapevolezza di sé

Monitorare le proprie emozioni e reazioni vi permetterà di reagire bene nelle varie situazioni. Vi aiuterà a mantenere la vostra personalità durante la presentazione e a gestire bene il feedback. L'autoconsapevolezza può aiutare a calmare il nervosismo durante le presentazioni, consentendovi di lavorare in modo più efficace.

Capacità di scrittura

La scrittura è una forma di presentazione. Un'ottima capacità di scrittura può aiutarvi a padroneggiare la scaletta della vostra presentazione per assicurarvi di non perdere il messaggio e di rimanere chiari sui vostri obiettivi dall'inizio alla fine. È inoltre utile avere una buona capacità di scrittura per creare delle slide e altri supporti visivi convincenti.

Comprendere il pubblico

Quando si capiscono le esigenze e gli interessi del pubblico, si può progettare in modo più mirato la presentazione in base ad essi. In questo modo, si potrà offrire loro il massimo valore e migliorare la capacità di rendere il messaggio comprensibile e incisivo.

I modi migliori per migliorare le capacità di presentazione

1. La preparazione e la conoscenza (dell'argomento e della presentazione stessa) sono i prerequisiti per una presentazione di successo, che producono soprattutto sicurezza e controllo, a loro volta importanti per rilassare il presentatore e il pubblico.
2. Come presentatore, ricordate e applicate la massima di Eleanor Roosevelt: "Nessuno può intimidirmi senza il mio permesso". Quando siete presentatori, siete voi a

comandare. Il pubblico generalmente lo accetta e voi avete il diritto di controllare chi non lo fa.

3. Ricordate anche che "la profondità della convinzione conta più dell'altezza della logica, e l'entusiasmo vale più della conoscenza". La passione è quindi una componente molto potente in qualsiasi presentazione di successo.
4. Una buona presentazione serve a intrattenere oltre che a trasmettere informazioni. Inoltre, le persone assimilano di più se si divertono e si sentono rilassate. Quindi, qualunque sia l'argomento e il pubblico, cercate di trovare il modo di rendere piacevoli i contenuti e le presentazioni: anche le occasioni più serie e gli argomenti più aridi possono essere portati a un livello piacevole o addirittura divertente, in un modo o nell'altro, con un po' di ricerca, immaginazione e umorismo.
5. Il divertimento e l'umorismo stanno soprattutto nella preparazione. Questi effetti non si producono facilmente in modo spontaneo. Non è necessario essere un cabarettista per infondere divertimento e umorismo in una presentazione o in un discorso. È il contenuto che lo consente, e questo è assolutamente sotto il vostro controllo.
6. Ricerche e studi indicano in generale che nelle presentazioni si hanno a disposizione tra i 4 e i 7 secondi per avere un impatto positivo e una buona impressione iniziale, quindi assicuratevi di avere una buona introduzione, forte e solida, **e provatela fino a quando non diventerà una "seconda natura" per voi.**
7. Cercate di costruire la vostra credibilità nella vostra introduzione e di creare un ambiente sicuro e confortevole per il vostro pubblico, cosa che vi verrà naturale se sembrerete a vostro agio.
8. Sorridere aiuta molto. Rilasserà voi e il pubblico. Oltre a dare un aspetto rilassato e calmo, il sorriso rilascia sostanze chimiche utili per la felicità nel sistema nervoso e fa sentire bene.
9. Lo stesso vale per alcuni respiri lenti e profondi che vi faranno sentire rilassati - dalla bocca dello stomaco - prima di salire sul palco.
10. Evitate di iniziare con una battuta, a meno che non siate estremamente sicuri di voi stessi: le battute sono ad alto rischio già nel migliore dei casi, figuriamoci all'inizio di una presentazione.

Conclusioni

"Ovunque io vada a incontrare il pubblico... diffondere un messaggio di valori umani, diffondere un messaggio di armonia, è la cosa più importante." ~ Dalai Lama

Nel mondo di oggi, caratterizzato da ritmi frenetici, le capacità di comunicazione efficace, in particolare nel parlare in pubblico e nelle presentazioni, sono fondamentali per il successo personale e professionale. Per le donne che lavorano nel campo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), affinare queste capacità è ancora più importante a causa della natura maschile del settore. Padroneggiando le capacità di parlare in pubblico e di presentazione, le donne del settore ICT possono rompere le barriere, migliorare le loro carriere e ispirare cambiamenti positivi all'interno del settore. Ecco alcune conclusioni chiave da considerare:

1. La fiducia è fondamentale: La fiducia in se stesse è fondamentale per le donne ICT quando si tratta di parlare in pubblico e presentare. Fate valere la vostra competenza, conoscenza ed esperienza nel settore e lasciate che questa sicurezza traspaia dalle vostre parole e dal linguaggio del corpo.
2. La pratica rende perfetti: Come ogni abilità, anche le capacità di parlare in pubblico e di presentare possono essere affinate con la pratica. Per affinare le vostre capacità di comunicazione, partecipate regolarmente a occasioni di dialogo pubblico, che si tratti di workshop, conferenze o riunioni interne.
3. Adattare il messaggio: Comprendete il vostro pubblico e adattate il vostro messaggio di conseguenza. Per le donne del settore ICT, questo potrebbe comportare l'utilizzo di esempi relativi, evitando il gergo quando non è necessario, e sottolineando il valore della diversità nel settore tecnologico.
4. La narrazione è importante: Intrecciate storie nelle vostre presentazioni per catturare emotivamente il pubblico. La condivisione di esperienze personali e aneddoti può rendere i contenuti più memorabili e d'impatto.

5. Utilizzate gli aiuti visivi: Utilizzate supporti visivi come slides, infografiche e video per completare il vostro discorso e migliorare la comprensione del pubblico. Mantenete le immagini semplici, pulite e pertinenti per evitare di sovraccaricare gli ascoltatori.
6. Superare il nervosismo: Il nervosismo è naturale, soprattutto quando si parla in pubblico. Utilizzate tecniche di rilassamento, respirazione controllata e un linguaggio positivo per gestire i nervi e trasmettere il vostro messaggio in modo efficace.
7. Cercate un feedback costruttivo: Chiedete un feedback ai colleghi, ai mentori o agli speaking coach per identificare le aree di miglioramento. Accogliete le critiche costruttive come un'opportunità di crescita.
8. Sostenere la diversità e l'inclusione: In quanto donna ICT, siate orgogliose della vostra prospettiva unica e promuovete attivamente la diversità e l'inclusione nell'industria tecnologica. Parlare in pubblico può essere uno strumento potente per sostenere le pari opportunità e la rappresentanza.
9. Apprendimento continuo: Il mondo della tecnologia è in continua evoluzione, quindi è essenziale rimanere aggiornati sulle ultime tendenze e sugli sviluppi. Incorporate queste nuove conoscenze nelle vostre presentazioni per mostrare la vostra esperienza.
10. Sostenere e responsabilizzare gli altri: Incoraggiate e fate da mentori alle altre donne ICT nel loro percorso di public speaking e presentazione. Sollevandoci a vicenda, possiamo creare una comunità di sostegno che amplifichi le voci femminili nel mondo tecnologico.

In conclusione, la padronanza delle capacità di parlare in pubblico e di presentare può cambiare le carte in tavola per le donne del settore ICT. Abbracciate la vostra unicità, siate sicure di condividere le vostre idee e sforzatevi di essere una voce potente che guida il cambiamento positivo nel settore tecnologico. Attraverso l'apprendimento continuo e il sostegno reciproco, le donne del settore ICT possono rompere le barriere e ispirare la prossima generazione di leader.



Modulo 5: Networking e Self-Branding nell'era digitale

Introduzione

Questa proposta di Modulo delinea un programma di empowerment incentrato sul networking e sul self-branding nell'era digitale. Il programma mira a potenziare le donne interessate al settore delle ICT o che già vi lavorano, dotandole di competenze e conoscenze essenziali per eccellere nel networking e nel personal branding. Questo documento è una versione condensata adatta a un webinar di un'ora.

Obiettivi del Modulo

L'obiettivo principale di questo programma è introdurre le partecipanti all'importanza del networking e del self-branding nell'era digitale. Nel mondo interconnesso di oggi, costruire una forte rete professionale e stabilire un marchio personale sono essenziali per il successo professionale. Le partecipanti acquisiranno una comprensione dell'importanza del networking, riconoscendone il potenziale per aprire le porte a nuove opportunità, collaborazioni e tutoraggio. Esploreranno anche il concetto di self-branding, scoprendo come esso svolga un ruolo cruciale nel plasmare la loro identità e reputazione professionale. Attraverso discussioni interattive e attività coinvolgenti, le partecipanti impareranno come il networking e il self-branding possono avere un impatto positivo sulla loro traiettoria di carriera.

Uno degli obiettivi principali di questo programma è fornire ai partecipanti strategie pratiche per un networking efficace e la costruzione di relazioni. Le partecipanti acquisiranno tecniche e competenze preziose per espandere la propria rete, allineare la propria presenza online e favorire connessioni significative. Impareranno diversi approcci di networking, come partecipare a eventi di settore, aderire ad associazioni professionali e utilizzare piattaforme online. Inoltre, le partecipanti saranno guidate nello sviluppo di un forte marchio personale in linea con i loro obiettivi professionali. Acquisiranno informazioni su come creare un'affermazione convincente del marchio personale, sfruttando i loro punti di forza e valori unici per distinguersi nel loro settore. Inoltre, il programma offrirà consigli sull'utilizzo

efficace delle piattaforme digitali, consentendo alle professioniste di sfruttare la potenza dei social media e di altri strumenti online per il networking e il self-branding.

Unit 1 | Contenuto del programma:

Questo modulo comprende i seguenti argomenti:

Personal branding

A. Comprendere l'importanza del personal branding:

Introdurre il concetto di personal branding e il suo significato nel panorama digitale. Importanza del personal branding per le donne e le professioniste nell'ICT.

B. Perché il personal branding è importante?

Il tuo marchio personale rappresenta l'immagine o l'idea che le persone associano a te quando non ci sei, ed è ciò a cui pensano quando considerano la tua esperienza in un campo specifico. È importante assicurarsi che questa reputazione sia positiva e memorabile e corrisponda ai tuoi obiettivi e alle tue capacità professionali.

C. Women? Perché il personal branding e il networking sono importanti per le donne?

Ci consente di superare le barriere che potrebbero impedirci di sviluppare un marchio personale e di celebrare pubblicamente i nostri risultati. Connettendosi con gli altri utilizzando la propria identità attraverso un marchio personale, le donne possono ottenere supporto, comprendere meglio come superare le sfide del personal branding e mostrare in modo efficace le proprie capacità e i risultati che vogliono raggiungere. Il personal branding consente alle donne di assumere il controllo delle proprie narrazioni professionali e costruire le proprie storie di successo.

D. Perché il personal branding e il networking sono importanti per le donne nell'ICT?

Le donne spesso si trovano ad affrontare pregiudizi e discriminazioni sociali ed economiche quando mostrano comportamenti che contrastano gli stereotipi in settori dominati dagli uomini, e il marchio personale può aiutarle a superare queste barriere e perché no, a sfidarle.

- ❖ Accesso alle opportunità
- ❖ Maggiore visibilità
- ❖ Mentorship, orientamento e modelli ispirazionali
- ❖ Crescita Professionale, supporto e Community

E. Background e skills

- ❖ Il tuo percorso professionale con esperienze precedenti
- ❖ le tue competenze, la tua esperienza e il tuo know-how in campi specifici. Sono i tuoi valori e le tue convinzioni, i tuoi impegni volontari, gli hobby o le attività e gli interessi del tempo libero.
- ❖ Ma anche, cosa molto importante per i paesi nordici, i vostri obiettivi per il futuro!

Cosa vuoi ottenere? Dove ti immagini?

Unit 2 | Barriere al self-branding:

Guidare le partecipanti nell'identificare le proprie competenze, i propri punti di forza e i propri valori per superare le barriere del personal branding.

A. Norme di modestia

La società si aspetta che le donne celebrino i successi degli altri, ma non i propri. Le donne tendono anche a usare "noi" invece di "io" quando parlano di risultati: lei darà credito a tutte le persone coinvolte mentre gli uomini spesso useranno io, dando credito solo a se stessi per impostazione predefinita.

B. Norme culturali

Il personal branding, o auto-promozione, è una delle sei principali aree di differenza culturale che causano disagio alle persone di tutto il mondo.

C. La minaccia degli stereotipi

Quando qualcuno è preoccupato di conformarsi a uno stereotipo negativo sul proprio gruppo sociale - che, alla fine, si aggiunge allo stereotipo.

D. "La sindrome dell'impostora"

"Non sono abbastanza?" Incapace di mettere in atto pensieri o desideri. Gli individui dubitano delle proprie capacità e spesso attribuiscono il proprio successo alla fortuna piuttosto che alla propria competenza, provocando sentimenti di inadeguatezza e ansia.

Unit 3 | Le chiavi per costruire il tuo marchio

Alcune chiavi per fare brainstorming sul tuo marchio affinché sia pertinente e mirato:

- Devi avere ben chiaro cosa stai cercando e concentrarti più sul futuro che sul passato (shock culturale!)
- Dove prospero? Quali sono le mie motivazioni? Qual è per me un lavoro di successo? Quali sono i miei elementi non negoziabili?
- Come si ricordano di me i miei ex colleghi?
- Quali problemi o sfide risolvo per il mio datore di lavoro o cliente? Che valore apporto personalmente?
- Hai un'ispirazione o un concorrente? Quali parole chiave usano? Quali parole chiave puoi trovare negli annunci di lavoro che ti interessano?

Unit 4 | *I Am Remarkable exercises*

- ❖ Mercoledì straordinari
- ❖ Esercitati e perfeziona 2-3 risultati professionali con gli altri
- ❖ Tieni traccia dei tuoi risultati
- ❖ Stabilisci obiettivi ambiziosi

A. *Elevator pitch:*

❖ Pratica una presentazione da 30 secondi a 1 minuto su te stesso, cosa fai e cosa ti rende un'ottima connessione o candidata.

B. Essere online - e offline!

Ciò è particolarmente importante per i paesi nordici, dove la tua presenza negli eventi è il modo migliore per costruire una rete forte che aumenterà la tua presenza online. Come parte della tua strategia di branding, prenditi del tempo per costruire prima la tua presenza online: un profilo forte e la partecipazione sono fondamentali per renderla memorabile.

C. Presenza e profilo online

❖ Per LinkedIn:

➤ Descrizione dettagliata della tua formazione passata incentrata sugli aspetti più rilevanti per il tipo di lavoro o compito a cui sei interessato. Include indagini e lavori di tesi, progetti, corsi specializzati.

➤ Risultati che hai ottenuto per i tuoi clienti o per l'organizzazione per cui hai lavorato.

➤ Fornisci un'immagine vivida e storie delle tue esperienze: a volte i titoli specifici non sono abbastanza chiari e devono essere spiegati.

➤ Se lavori su un campo creativo, potresti aggiungere presentazioni, documenti PDF, articoli, clip multimediali.

D. Comunità e Mentorship

❖ Comprendi la tua nicchia, trova una community, mentorship o programmi di sponsorizzazione, crea contatti che possano menzionarti quando si presentano opportunità. Le comunità mondiali con professionisti che la pensano allo stesso modo sono fantastiche per chiedere consiglio o aiuto.

❖ Per i fondatori, questa può essere la chiave per ottenere finanziamenti.

E. Volontariato

❖ Unisciti a ONG, eventi a cui puoi partecipare come volontario. Potresti anche fare volontariato con la tua esperienza lavorativa o diventare una mentore.

❖ Creare contenuti per altri che potrebbero trarre beneficio dalla tua esperienza

4. Facciamo un po' di pratica!

Presentati al tuo gruppo in un tempo compreso tra 30 secondi e 1 minuto utilizzando l'Elevator Pitch. Prenditi del tempo per pensare a ciò che devi considerare e cambiare per la prossima occasione in cui dovrai presentarti. Successivamente, condividi con il tuo gruppo: perché sono straordinaria? E connettiti tra loro nel tuo gruppo!

Com'è andata?

Condividi una riflessione dal tuo gruppo. Avete domande o commenti?

5. Svolgimento del webinar

Il webinar di 1 ora sarà erogato in modo coinvolgente e interattivo. Le modalità di svolgimento comprenderanno:

Presentazione: utilizzo di supporti visivi e slides per trasmettere concetti e strategie chiave.

Sale per sottogruppi di lavoro: incorporare elementi interattivi per valutare la comprensione e il coinvolgimento dei partecipanti.

Assegnare tempo per le osservazioni finali e le domande delle partecipanti e ricevere indicazioni dal/la facilitatore/facilitatrice.

A. Materiali del Webinar

A supporto del webinar verranno forniti i seguenti materiali:

Slides di presentazione: una serie completa di slides che riassumono i punti chiave trattati durante il webinar.

Elenco delle risorse: un elenco curato di letture, siti Web e strumenti consigliati per ulteriori approfondimenti e studio in autonomia.

B. Valutazione e misurazione:

Per valutare l'efficacia del webinar, verranno implementati i seguenti metodi di valutazione:

Feedback dei partecipanti: raccolta di feedback tramite sondaggi post-webinar per valutare la soddisfazione dei partecipanti e acquisire spunti per il miglioramento.

Piano d'azione: incoraggiare i partecipanti a sviluppare un piano d'azione personalizzato che delinea come applicheranno gli insegnamenti del webinar nella loro vita professionale.

6. Conclusioni

Il branding personale e il networking sono componenti essenziali del percorso professionale di ognuno e rivestono un significato particolare per le donne, soprattutto in settori dominati dagli uomini come l'ICT. Questi strumenti consentono alle donne di superare gli ostacoli che potrebbero ostacolare lo sviluppo dei loro marchi personali e la celebrazione pubblica dei loro risultati. Sfruttando le proprie identità di branding personale, le donne possono stabilire connessioni con gli altri, ottenere un prezioso supporto, affrontare le sfide del personal branding e mostrare in modo efficace le proprie capacità e i propri risultati. In tal modo, il personal branding consente alle donne di assumere il controllo delle proprie narrazioni professionali, costruire storie di successo uniche e superare le barriere sociali ed economiche spesso incontrate quando si sfidano gli stereotipi di genere nel loro campo.

Per le donne che lavorano nel settore ICT, l'importanza del personal branding e del networking non può essere sopravvalutata. Queste strategie offrono numerosi vantaggi, tra cui un maggiore accesso alle opportunità, una maggiore visibilità, l'accesso al mentorship, guida e modelli ispirazionali, supporto per la crescita professionale e lo sviluppo di una comunità solidale. In definitiva, il branding personale e il networking consentono alle donne di abbattere le barriere, superare gli stereotipi e aprire la strada al loro successo e alla loro emancipazione nel settore ICT.

Modulo 6: Integrazione vita-lavoro



Introduzione

Il Modulo sull'integrazione vita-lavoro può essere facilmente adattato alle aziende (rivolto a dipendenti e/o datori di lavoro di sesso femminile) o alle libere professioni e/o studentesse che aspirano a lavorare nel settore ICT.

Quando il Modulo viene adattato al primo target (aziende), è importante dedicare spazio agli aspetti relazionali con colleghi e superiori, mentre nel caso delle freelance un aspetto da approfondire è la capacità di organizzare il tempo nell'ottica di un'equa divisione tra tempo dedicato al lavoro e tempo dedicato alla vita privata.

Obiettivi del Modulo

Lo scopo del Modulo sull'integrazione vita-lavoro è quello di fornire ai partecipanti (lavoratrici dipendenti e autonome, le partecipanti) strumenti per affrontare lo stress. Lo stress può avere diverse cause: un carico di lavoro eccessivo; organizzazione non ottimale del tempo di lavoro e/o pianificazione della vita lavorativa e privata; un senso di sovraccarico familiare oltre al lavoro.

Durante il webinar, dopo un breve excursus sulle principali cause di malessere derivante dallo stress lavoro-correlato, vengono forniti suggerimenti su diverse tecniche per migliorare l'organizzazione del tempo e soprattutto l'atteggiamento personale di fronte agli inevitabili momenti di difficoltà.

Unit 1 | Il disequilibrio e suoi effetti collaterali

Come evidenziato dalla ricerca comparativa (R1) sullo stato dell'arte delle donne nel settore ICT, nonostante le differenze date dal contesto socio-culturale di ciascun Paese, uno squilibrio tra donne e uomini nel settore ICT in termini di presenza e le opportunità di carriera emergono chiaramente. Questo aspetto è fortemente connesso con una distribuzione iniqua del peso della cura familiare tra donne e uomini.

Pertanto, nell'ambito della parità di genere, uno degli aspetti da monitorare è il cosiddetto Work Life Balance.

Riflettendo su cosa non funziona e cosa è inefficiente nell'organizzazione del tempo, lo scopo del webinar è quello di aiutare le lavoratrici dipendenti e autonome a identificare con precisione cosa fare e come farlo. L'equilibrio, in cui gli aspetti personali e professionali trovano il giusto equilibrio, indirizza le risorse per gestire in modo efficace e senza intoppi la routine quotidiana.

Le conseguenze di uno squilibrio tra sfera personale e professionale possono colpire entrambe le aree, portando a insoddisfazione e demotivazione che ci rendono scarsamente produttive. Lavorare sotto stress può avere un impatto molto forte in ognuna di noi creando stati di insoddisfazione, conflitto e ansia.

I sintomi dello stress possono essere rilevati a diversi livelli:

- Effetti fisici
- Effetti emotivi
- Effetti mentali
- Effetti comportamentali

Unit 2 | Multitasking: una delle principali cause

Si sente spesso parlare di presunta ed innata propensione delle donne al multitasking, ma in realtà recenti e numerosi studi di neuroscienze mostrano chiaramente tutti i limiti e gli effetti negativi di questa cattiva abitudine.

Il multitasking porta a rallentamenti, cambi di rotta, intervalli, perdite del filo dei pensieri.

Riduce la produttività del 40%. Chi è continuamente distratto da ciò che sta facendo ottiene risultati peggiori e in tempi più lunghi.

Lavori di più, ottieni meno.

“La strategia delle 4 D”

Per ottimizzare le risorse di tempo e di energie è necessario compiere alcuni passi importanti: stabilire le priorità, rinviare i compiti meno urgenti, delegare ed eliminare dalla checklist le responsabilità che non ci appartengono. Questi quattro passaggi appartengono alla cosiddetta “strategia delle 4 D”: *DO, DEFER, DELEGATE and DELETE*.

STEP 1 - Stabilire i confini

Un altro passo decisivo in una strategia di eliminazione, riduzione o contenimento dello stress riguarda la capacità di stabilire dei limiti. Questo aspetto riguarda sempre fattori legati all'organizzazione del tempo ma anche alla capacità di essere nel momento educando e allenando la mente a stare nel momento presente.

Stabilisci orari e limiti temporali e, dopo aver lavorato al meglio, dai spazio alla tua vita personale.

STEP 2: Panoramica sulle diverse tecniche per ritrovare l'Equilibrio

Consigli semplici

Trovare l'equilibrio è una sfida, MA la ricerca indica un rimedio semplice: fare brevi pause durante il lavoro. Le pause aiutano a gestire lo stress e migliorano la nostra capacità di concentrazione e coinvolgimento. Le pause consentono al nostro cervello di "reimpostarsi".

Le neuroscienze dimostrano che il modo in cui pensiamo influenza il nostro corpo tanto quanto la nostra vita. Un campo emergente della scienza chiamato “psiconeuroimmunologia” dimostra la straordinaria connessione tra mente e corpo. I pensieri positivi fanno sì che il nostro cervello produca un neurotrasmettitore chimico chiamato dopamina che ci fa sentire gioiosi.

I pensieri negativi fanno sì che il nostro cervello produca neuropeptidi che ci fanno sentire pieni di astio e irritati.

Le affermazioni sono pensieri consapevoli e di buona qualità che possono aiutarci a integrare qualsiasi contenuto e incanalare nella nostra vita la qualità dell'energia che desideriamo. Le affermazioni possono essere definite come pensieri positivi formulati di proposito, consapevolmente, allo scopo di infondere nella mente fiducia, certezza e convinzione di



raggiungere risultati. Per questo motivo è necessario formularli attentamente seguendo alcune regole fondamentali.

Le azioni da intraprendere per migliorare prevedono di agire su più livelli:

Livello fisico: il primo passo implica lavorare sul respiro

Livello emotivo: implica lo sviluppo della capacità di visione

Livello mentale: costruire consapevolezza sul potere della meditazione e un pensiero di buona qualità

Comportamentale: influenza il tuo benessere

STEP 3: Esplorare le strategie di rilassamento

Esistono centinaia di tecniche di rilassamento provenienti da culture e approcci diversi.

Alcune di queste tecniche vengono illustrate alle partecipanti (ognuna legata ad un particolare effetto psicofisico) con l'obiettivo di offrire una panoramica da cui ciascuna potrà poi attingere all'una o all'altra in base alle proprie inclinazioni.

Le tecniche di “Rilassamento e Visione” agiscono sul sistema simpatico che si iperattiva ogni volta che siamo stressate. Attraverso queste tecniche di rilassamento si può ottenere la normalizzazione del battito cardiaco, della pressione sanguigna, della respirazione, del tono muscolare ecc.

Come risultato di questo processo di normalizzazione si ottiene una sensazione di benessere, si riducono gli stati di ansia, si migliora la capacità di concentrazione e le situazioni vengono percepite in modo più positivo.

Ad ogni postura corrisponde un “cocktail ormonale”, tradotto in emozione. Anche se non si è calmi, adottare una postura calma aiuta il corpo a calmarsi. Succede per dissonanza cognitiva. È utile assumere la posizione del supereroe (braccia sui fianchi e mento in avanti). La ricerca di Amy Cuddy afferma che mantenere la posizione da supereroe per 90 secondi abbassa il cortisolo e aumenta il testosterone, dandoci energia e sicurezza.

Dopo una breve introduzione sull'aspetto della visualizzazione e della postura, vengono mostrate più nel dettaglio 4 strategie.

1. Tecnica della postura
2. La tecnica dello STOP
3. Tecnica Antistress
4. L'albero della riconciliazione

Conclusioni

Pur affrontando un ambito molto ampio con diverse implicazioni socio-culturali e fisiologiche, vengono in larga parte brevemente illustrate.

Partendo dagli effetti negativi della mancanza di equilibrio tra lavoro e vita privata, il webinar mira a far riflettere le partecipanti sulle cause dello squilibrio e poi esplorare strumenti molto pratici per

- *organizzare la conciliazione* vita-lavoro in modo diverso e più efficiente
- *gestire consapevolmente* lo stress nei momenti più intensi senza esserne sopraffatte;
- *esplorare le misure di conciliazione* vita-lavoro disponibili nel proprio contesto familiare/sociale/professionale.

Pertanto l'intento del webinar è quello di fornire strumenti molto pratici, alla portata di tutte, facilmente sperimentabili e applicabili.

La ricerca di un maggiore benessere passa necessariamente attraverso alcune tappe: maggiore consapevolezza del contesto e di sé stesse, fiducia nelle proprie risorse personali e nella possibilità di un grande cambiamento fatto di piccoli obiettivi raggiungibili; questo è il messaggio più importante che il webinar intende offrire alle partecipanti.

Visioni e valori: kit di strumenti di autovalutazione

Introduzione

Il toolkit di autovalutazione è stato creato nel contesto di Femin-ICT, tenendo presente l'empowerment delle donne nel settore ICT o di coloro che desiderano entrare nel settore ICT. Sebbene il focus sia su queste donne, lo strumento è versatile e può essere applicato in vari settori e può essere utilizzato da qualsiasi donna che desideri creare un suo piano professionale per la propria carriera.

Questo strumento, nella sua forma completa o in parte, può essere utilizzato anche dai datori di lavoro che desiderano responsabilizzare i propri dipendenti. Più specificamente, può essere utilizzato come strumento di formazione nel settore ICT per aprire un dialogo sugli obiettivi di crescita professionale o sull'integrazione dell'equilibrio tra lavoro e vita privata. Questo tipo di scambi possono fornire ai datori di lavoro il feedback necessario per progettare politiche che promuovano l'inclusione e il benessere sul posto di lavoro.

C'è una breve sezione con alcune domande ed esempi di visioni in relazione alle ICT per le donne che lavorano (o studiano) nei settori dell'informazione, della comunicazione e della tecnologia. Va notato che questi campi includono un'ampia gamma di ruoli professionali, dai responsabili del marketing digitale alle ingegnere del software, dalle programmatrici, nonché alle responsabili delle risorse umane nelle aziende tecnologiche, ecc. Questi sono esempi tratti dal background professionale di donne che sono state coinvolte in attività Femin-ICT a diverso titolo.

Obiettivi del Modulo

Lo strumento di autovalutazione Femin-ICT Visions and Values sviluppato da Stimuli for Social Change, è uno strumento che è stato creato attraverso la combinazione di metodologie esistenti e risorse pertinenti. Questo strumento mira ad aiutare le persone a:

a) Mappare i loro valori e visioni

- b) Creare un “kit di strumenti” personale che un individuo può utilizzare per articolare i propri obiettivi in termini di crescita personale e professionale
- c) Contribuire alla creazione di una guida di supporto in qualsiasi processo decisionale

Unit 1 | Cosa sono i valori e le visioni

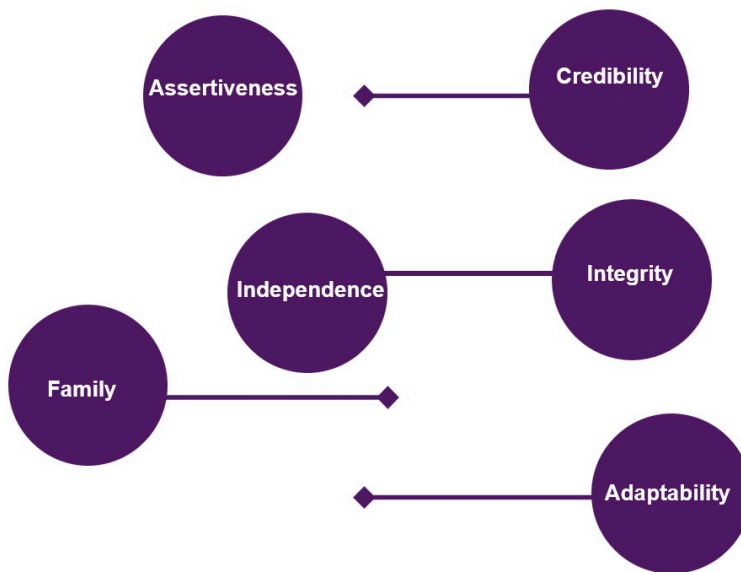
Definizioni

I valori

I valori personali sono un insieme di credenze che differenziano tra “buono” e “cattivo” nella tua comunità, cultura o società. Formano una mentalità che definisce quelli che consideri gli standard di comportamento ideali, come pazienza e onestà.

Probabilmente hai già alcuni principi guida che informano il tuo processo decisionale, il tuo stile di leadership e la tua disposizione generale nella tua vita personale o sul posto di lavoro. Sta a te identificare quali sono e verbalizzarli.

Sebbene i tuoi valori fondamentali possano essere abbastanza stabili, potrebbe sorprenderti sapere che i tuoi valori cambiano e si evolvono. I valori personali cambiano costantemente man mano che impari, maturi e cresci professionalmente e personalmente. Questo è il motivo per cui dovresti comprendere il tuo sistema di valori personali e confrontarti regolarmente con te stesso.



1

Per determinare i propri valori o iniziare a pensarci ci sono alcune domande che qualcuno può porsi che riguardano valori diversi. Alcune domande si trovano di seguito:

- ✓ **Esperienza:** Ciò che rende importante un'esperienza è che i valori vengano onorati: cosa rende questa esperienza così importante per te?
- ✓ **Rabbia:** Ciò che rende una persona arrabbiata o turbata indica quando i suoi valori vengono violati. Quali valori vengono violati? Cosa ti turba o ti fa arrabbiare?
- ✓ **Apprezzamento:** Cosa è facile per te apprezzare? Ciò che conta di più per te nei momenti difficili.

📌 Note

Sebbene i tuoi valori fondamentali possano essere abbastanza stabili, potrebbe essere sorprendente sapere che i valori di una persona cambiano ed evolvono. I valori personali cambiano costantemente man mano che impari e cresci. Questo è il motivo per cui dovresti comprendere il tuo sistema di valori personali e confrontarti regolarmente con te stesso.

1

credibilità → assertività / integrità → indipendenza / famiglia / adattabilità

Vision

La visione personale è una sintesi di come vogliamo che sia il nostro futuro. È il nostro piano personale.

Di seguito alcuni suggerimenti su come definire la propria visione personale:

ideale: modellalo per rappresentare il tuo futuro nel modo in cui lo desideri

reale - deve essere ambizioso ma realizzabile - altrimenti non ti motiverebbe personalmente
- questo significa che la sua forma dipende da te.

stabile: puoi regolare costantemente la tua visione, ma poiché dovrebbe essere a lungo termine è meglio mantenerla stabile. Potrebbe essere una buona idea includere obiettivi a breve termine che portino alla realizzazione della tua visione poiché gli obiettivi a breve termine sono più gestibili.

Unit 2 | Visioni e valori: le donne nell'ICT

Le visioni e i valori per le donne che lavorano nel settore ICT (tecnologie dell'informazione e della comunicazione) possono essere diversi e personalizzati. Gli esempi presentati di seguito evidenziano la diversità di visioni e valori che le donne nel settore ICT potrebbero avere. La riflessione personale su domande come queste può aiutare le persone a identificare le proprie visioni e i propri valori, guidando le loro scelte nella carriera e i loro contributi al settore.

1.Vision: La visione per il progresso dell'accessibilità tecnologica

"Contribuire allo sviluppo di soluzioni tecnologiche inclusive e accessibili che consentano agli individui di tutte le abilità di partecipare pienamente al mondo digitale."

Domande per identificare questa visione:

- 📄 **Impatto:** Quale impatto voglio avere nel settore ICT e come si allinea con la creazione di un cambiamento positivo nella società?
- 📄 **Accessibilità:** In che modo è possibile sfruttare la tecnologia per abbattere le barriere e migliorare l'accessibilità per diversi gruppi di utenti?
- 📄 **Inclusione:** Come posso impegnarmi attivamente in progetti e iniziative che diano priorità all'inclusività e all'accessibilità nello sviluppo tecnologico?

2. Value for Innovation and Collaboration

"Promuovere una cultura dell'innovazione e della collaborazione nel settore ICT, promuovendo l'apprendimento continuo e la cooperazione interdisciplinare per progressi tecnologici rivoluzionari."

Domande per identificare questo valore:

- 📄 **Ambizione:** Quanto è importante per me rimanere all'avanguardia nei progressi tecnologici e abbracciare una mentalità di apprendimento continuo?
- 📄 **Soddisfazione:** Trovo soddisfazione nel collaborare con persone provenienti da diversi contesti e competenze complementari per risolvere problemi complessi?
- 📄 **Innovazione:** In che modo posso contribuire a creare un ambiente che incoraggi l'innovazione e la collaborazione all'interno della comunità ICT?

Visione per una tecnologia etica e responsabile

"Sostenere lo sviluppo e l'adozione di soluzioni tecnologiche etiche e socialmente responsabili, garantendo che l'impatto delle ICT sulla società sia positivo e sostenibile."

Domande per identificare questa visione:

- Che ruolo giocano l'etica e la responsabilità sociale nella mia percezione del settore ICT e come guidano il mio processo decisionale?
- Come posso sostenere attivamente e contribuire allo sviluppo di tecnologie che diano priorità alle considerazioni etiche e al benessere sociale?

- In che modo posso influenzare e contribuire alle discussioni e alle pratiche del settore sull'uso responsabile e sostenibile della tecnologia?

Unit 3 | L'autovalutazione nella pratica

Questo kit di strumenti di autovalutazione è progettato per aiutarti a chiarire i tuoi valori e le visioni fondamentali per la tua vita personale e professionale. Ti preghiamo di rispondere alle seguenti domande con la massima onestà e attenzione possibile. Il toolkit contiene 5 parti che includono diverse domande.

Note

Ti preghiamo di rispondere alle seguenti domande nel modo più onesto e ponderato possibile. Valuta ciascuna affermazione su una scala da 1 a 5, dove 1 significa "Totalmente in disaccordo" e 5 "Totalmente d'accordo".

Parte 1: Definire i tuoi valori e visioni personali					
Credo che una vita appagante implichi...					
Il senso di avventura ed scoperta	1 Per niente d'accordo	2	3	4	5 Pienamente d'accordo

Forti legami con i propri cari	1	2	3	4	5
Sicurezza e stabilità finanziaria	1	2	3	4	5
Perseguire passioni e hobby creativi	1	2	3	4	5
Contribuire alla mia comunità o società	1	2	3	4	5
Altro (prego specificare):					

Parte 2: Mappatura di valori e visioni per la crescita personale

Nel contesto della crescita personale, quali aree di auto-miglioramento sono più importanti per te? (ad esempio, fiducia in se stessi, intelligenza emotiva, salute fisica)



Parte 2: Mappatura di valori e visioni per la crescita personale

In che modo i tuoi valori e le tue visioni personali supportano i tuoi obiettivi di crescita personale?

--

Parte 2: Mappatura di valori e visioni per la crescita personale

Quali azioni o abitudini specifiche puoi implementare per allineare la tua vita quotidiana ai tuoi obiettivi di crescita personale?

--

Parte 3: Definire i tuoi valori e visioni professionali

Credo che una carriera appagante implichi...

Raggiungere alti livelli di successo e riconoscimento

	1	2	3	4	5



	Per niente d'accordo				Pienamente d'accordo
Avere un impatto positivo sulla società	1	2	3	4	5
Equilibrio vita-lavoro e soddisfazione personale	1	2	3	4	5
Apprendimento continuo e sviluppo delle competenze	1	2	3	4	5
Prosperità e stabilità finanziaria	1	2	3	4	5
Altro (prego specificare):					

Parte 3 (continua)

Quali sono i tre valori principali che guidano le tue decisioni nella vita professionale? (ad esempio, denaro, integrità, innovazione, lavoro di squadra)



--

Parte 3

Quali esperienze o risultati ti farebbero sentire che stai vivendo in linea con i tuoi valori e visioni professionali?

--

Parte 4: Mappatura di valori e visioni per la crescita professionale

Nell'ambito della crescita professionale, quali aree di sviluppo sono per te più importanti?

Capacità di leadership	
Competenza nel settore	
Integrazione vita-lavoro	
Altro	



Parte 4: Mappatura di valori e visioni per la crescita professionale

In che modo i tuoi valori e le tue visioni professionali supportano i tuoi obiettivi di sviluppo professionale?

Quali azioni o strategie specifiche puoi implementare per allineare la tua carriera e il tuo lavoro quotidiano ai tuoi obiettivi di sviluppo professionale?



Parte 5: Rifletti e pianifica

In base alle tue risposte, identifica almeno tre azioni concrete che puoi intraprendere per allineare meglio la tua vita ai tuoi valori e visioni, sia a livello personale che professionale.

Di quali risorse o supporto potresti aver bisogno per realizzare queste azioni? (ad esempio, mentorship, formazione, networking)

Crea un piano a breve termine (6-12 mesi) e a lungo termine (2-5 anni) che delinei i tuoi obiettivi e i passaggi per raggiungerli.



Conclusioni

Questa autovalutazione è uno strumento pratico e può essere utilizzata come complementare a qualsiasi altra attività personale e professionale che una donna voglia intraprendere (es. corsi, seminari, tutoraggio, teoria, coaching).

Ricorda che i tuoi valori e le tue visioni possono evolversi nel tempo, quindi è importante rivedere regolarmente questa autovalutazione per assicurarti di rimanere allineata con ciò che conta davvero per te. Buona fortuna per il tuo percorso di sviluppo personale e professionale!

Conclusioni Generali

Il programma di Empowerment Femin-ICT può essere utilizzato come strumento educativo da formatori, datori di lavoro e da tutti coloro che desiderano supportare le donne nel settore ICT per sviluppare ulteriormente le proprie competenze e il senso di empowerment. È un ottimo programma su cui basarsi esplorando le risorse fornite e aggiungendo altri strumenti e risorse pertinenti. È adattivo e chiunque può utilizzarlo così com'è o in parti per raggiungere diversi obiettivi di sviluppo professionale e personale.



Riferimenti

Modulo 1

https://eige.europa.eu/publications-resources/toolkits-guides/work-life-balance/women-in-ict?language_content_entity=en

<https://digital-skills-jobs.europa.eu/en/latest/opinions/digital-jobs-women-and-young-people-snapshot-through-greek-national-coalitions>

<https://www.ekt.gr/en/news/27181>

<https://ncwit.org/resource/bythenumbers/>

<https://news.yale.edu/2012/09/24/scientists-not-immune-gender-bias-yale-study-shows>

https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf

Modulo 2

Agumadu, M. A., Moses, C. L., Adeniji, A. A., & Olaoye, O. P. (2020). Demystifying the mediating role of competence on assertiveness and social responsibility of women entrepreneurs in Lagos State *International Journal of Management (IJM)*, 11(7), 803-809.



Darjan, I., Negru, M., & Ilie, D. (2020). Self-Esteem--The Decisive Difference between Bullying and Assertiveness in Adolescence?. *Journal of Educational Sciences*, 21, 19-34.

Hay-David, A. G. C., Herron, J. B. T., Gilling, P., & Brennan, P. A. (2022). Assertive followership: how to make a team safer. *British Journal of Oral and Maxillofacial Surgery*, 60(5), 558-562.

Huang, H., Liu, S. Q., & Lu, Z. (2023). When and why language assertiveness affects online review persuasion. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47(6), 988-1016.

Jeon, Y., & Kwon, C. W. (2018). The offshoring threat and wage negotiations: Theory and evidence. *Japan and the World Economy*, 45, 19-29.

Mitamura, T. (2018). Developing the functional assertiveness scale: Measuring dimensions of objective effectiveness and pragmatic politeness. *Japanese Psychological Research*, 60(2), 99-110.

PARMAKSIZ, I. (2019). Relationship of Phubbing, a Behavioral Problem, with Assertiveness and Passiveness: A Study on Adolescents. *International Online Journal of Educational Sciences*, 11(3).

Silveyra, G., Herrero, Á., & Pérez, A. (2021). Model of teachable entrepreneurship competencies (M-TEC): Scale development. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100392.

Modulo 3

“Female leadership in the digital economy”, Centum Digital,
<https://centum.com/en/female-leadership-in-the-digital-economy/>

“+20 mujeres de éxito en el sector digital que destrozaron el techo de cristal”, Iria Mendez,
<https://marketing4ecommerce.net/top-mujeres-de-exito-sector-digital/>

“5 Skills Required from Every IT Leader”, BrainHub,
<https://brainhub.eu/library/become-better-it-leader-five-skills>

“10 critical people skills today's CIOs and IT leaders need”, Carolyn Heinze,
<https://www.techtarget.com/searchcio/feature/People-skills-todays-CIOs-and-IT-leaders-needed>

“10 experts share their top IT leadership tips”, John Brandon,
<https://www.cio.com/article/242648/10-experts-share-their-top-it-leadership-tips.html>

“How to effectively manage and lead your IT department”, Tulane University,
<https://sopa.tulane.edu/blog/effective-it-management-and-leadership>

“4 Leadership Strategies to Help Women Advance in the Tech Industry”, Marcel Schwantes,
<https://www.inc.com/marcel-schwantes/4-leadership-strategies-to-help-women-advance-in-tech-industry.html>

“Women in Tech: Challenges and Tips to Overcome (2023)”, CareerFlow,
www.careerflow.ai/blog/women-in-tech-challenges#:~:text=4.,Lack%20of%20Representation,careers%20to%20find%20role%20models

“Return to Gender: gender, ICT and education”, OECD,
<https://www.oecd.org/education/cei/40832766.pdf>

“Effective Communication” (2023), HelpGuide.org,
<https://www.helpguide.org/articles/relationships-communication/effective-communication.htm>

Modulo 4

“Public Speaking and Speech Presentation: Skills and Strategies”, Obiora Anthony Eke
https://www.researchgate.net/publication/349570297_Public_Speaking_and_Speech_Presentation_Skills_and_Strategies

“Presentation Skills and Techniques”, BusinessBalls
<https://www.businessballs.com/communication-skills/presentation-skills-and-techniques/>



“Presentation Skills”, StudySmarter

<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/english/listening-and-speaking/presentation-skills/>

What Are Effective Presentation Skills (and How to Improve Them), Coursera

<https://www.coursera.org/articles/presentation-skills>

Public Speaking: The Virtual Text, Lisa Schreiber, Ph.D. and Morgan Hartranft Millersville University, Millersville, PA

chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://www.baycollege.edu/_resources/pdf/academics/academic-resources/open-education/principles-public-speaking.pdf

Public Speaking

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/public-speaking/>

Modulo 5

Harvard Business Review. (2022, February 17). What’s the Point of a Personal Brand?

Retrieved from <https://hbr.org/2022/02/whats-the-point-of-a-personal-brand>. on 10/10/2023

Atkins, K., Dougan, B.M., Dromgold-Sermen, M.S. et al. “Looking at Myself in the Future”: how mentoring shapes scientific identity for STEM students from underrepresented groups. *IJ STEM Ed*, 42 (2020). Retrieved from

<https://stemeducationjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s40594-020-00242-3> on 11/10/2023

Capital One, (2021, August 25) Establishing your professional brand as a woman in tech.

Retrieved from

<https://www.capitalone.com/tech/culture/wit-establishing-your-professional-brand/> on 12/10/2023

Rudman LA. "Self-promotion as a risk factor for women: the costs and benefits of counterstereotypical impression management". *J Pers Soc Psychol*. 1998. Retrieved from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/9523410/> on 10/10/2023

Harvard Business Review. (2013, April 30). For women leaders, likability and success hardly go hand-in-hand. Retrieved from <https://hbr.org/2013/04/for-women-leaders-likability-a> on 11/10/2023

The AtlaniCT. (2018, September 20) "A lack of confidence isn't what's holding back working women" Retrieved from <https://www.theatlaniCT.com/family/archive/2018/09/women-workplace-confidence-gap/570772/> on 12/10/2023

New York Times. (October 6, 2012) It's not me, it's you. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2012/10/07/opinion/sunday/intelligence-and-the-stereotype-threat.html> on 10/10/2023

Modulo 6

Kraushaar J. M., Novak, D.C. (2010). [Examining the effects of student multitasking with laptops during the lecture](#). *Journal of Information Systems Education*, 21, 241–251

Lang A., Chrzan J. (2015). [Media multitasking: Good, bad, or ugly?](#) *Annals of the International Communication Association*, 39:1, 99-128

Ophira E., Nass C., Wagner A.D. (2009). Cognitive control in media multitaskers. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106, 15583–15588

Sana F., Weston T., Cepeda N.J. (2013). [Laptop multitasking hinder classroom learning for both users and nearby peers](#). *Computers & Education* 62, 24-31

Wurst C., Smarkola C., Gaffney M.A. (2008). Ubiquitous laptop usage in higher education: effects on student achievement, student satisfaction, and constructivist measures in honors and traditional classrooms. *Computers & Education*, 51, 1766–1783.

Per saperne di più: <https://www.stateofmind.it/2018/05/multitasking-media/>



Carlomagno S. La valutazione del deficit neuropsicologico nell'adulto cerebroleso. Seconda edizione, Elsevier, 2007;

Kabat-Zinn J. Vivere momento per momento, Tea PraICTa, 2013;

Ladavas E., Berti A. Neuropsicologia. Il Mulino, 2006;

Morrison A.B., Jha A.P. [Mindfulness, Attention, and Working Memory. Handbook of Mindfulness and Self-Regulation](#), Springer Science+Business Media New York, 33-45, 2015;

Mrazek M.D., Franklin M.S., Tarchin Phillips D., Baird B., Schooler J.W. Mindfulness Training Improves Working Memory Capacity and GRE Performance While Reducing Mind Wandering. *Psychological Science* XX(X) 1–6, 2013; [DOWNLOAD](#)

Segal Z.V., Williams J.M.G., Teasdale J.D. Mindfulness – al di là del pensiero, attraverso il pensiero. Bollati Boringhieri, 2012. Per saperne di più:

<https://www.stateofmind.it/2017/01/smartphone-mindfulness/>

Appreciative Inquiry Handbook: For Leaders of Change 2nd (second) Edition by Cooperrider, David L, Whitney, Diana, Stavros, Jacqueline M published by Berrett-Koehler Publishers (2008)

Values & Visions Self-Assessment Toolkit

Personal Values, BetterUp

<https://www.betterup.com/blog/personal-values-examples>

What is the difference between, mission, vision and value statements?

<https://www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/hr-qa/pages/mission-vision-values-statements.aspx>

Facilitation Ideas for mission, vision and values, theBigBang partnership

<https://bigbangpartnership.co.uk/facilitation-ideas-for-mission-vision-values/>

Open Library, 4.3 The Roles of Mission, Vision and Values



<https://open.lib.umn.edu/principlesmanagement/chapter/4-3-the-roles-of-mission-vision-and-values/>

“Is Money a Core Value?” by Carrie-Ann Barrow, Forbes Councils Member, May 7 2021

<https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/05/07/is-money-a-core-value/?sh=2ae433721614>

Further Reading/Other Resources

Modulo 2

Baber, W. W. (2022). Confirming the impact of training on negotiators and organizations. *Negotiation Journal*, 38(1), 111-136.

Nadler, J., Thompson, L., & Boven, L. V. (2003). Learning negotiation skills: Four models of knowledge creation and transfer. *Management Science*, 49(4), 529-540.

Suggested YouTube videos for Negotiation and Assertiveness Skills:

-How to Negotiate (or, "The Art of Dealmaking") | Tim Ferriss

<https://www.youtube.com/watch?v=z3UOFRb9yr4>

-How to Communicate Assertively 4 Tips

<https://www.youtube.com/watch?v=hAxCpAnV3-E>

Modulo 3

Suggestion of Youtube Videos that could help you develop your leadership skills:

- <https://youtu.be/3rmttW99KDY>
- <https://youtu.be/2y8SA6cLUys>
- <https://youtu.be/kehjByLNvmo>
- <https://youtu.be/ktITxC4QG8g>
- <https://youtu.be/lmyZMtPVodo>



Modulo 6

<https://www.linkedin.com/pulse/discovery-dream-design-destiny-las-4d-de-la-ia-manel-mazaira/?originalSubdomain=es>

Values & Visions Self Assessment Toolkit

Values Test

<https://www.123test.com/work-values-test/>

