

Indice

- p. 11 Capitolo 1
Perché affrontare i temi della diversità e dell'inclusione in azienda?
- 1.1. I “motori” che spingono verso il Diversity & Inclusion management, 14
 - 1.2. Quali sono i passaggi per implementare un piano di Diversity & Inclusion, 19
 - 1.3. Verso il management interculturale e la comunicazione interculturale, 22
- 29 Capitolo 2
Gestire le diversità. Il duplice fine etico e competitivo
- 2.1. Il passaggio dalla diversity etica alla diversity competitiva, 29
 - 2.2. Concetti classici della diversity, 32
 - 2.3. Nuovi elementi della diversity, 33
 - 2.4. Saper lavorare con diversi tipi di personalità, 35
 - 2.5. Il ruolo dell'empatia, 37
 - 2.6. Conclusione. Promuovere l'empatia interculturale e l'inclusione nella comunicazione organizzativa, 41
 - 2.7. Comunicazione efficace, 42

- p. 45 Capitolo 3
 Stadi evolutivi del D&I management
 3.1. Il modello a 5 stadi evolutivi del Diversity & Inclusion
 management, 45
- 53 Capitolo 4
 Servizi consulenziali specifici per il D&I management
 4.1. Corporate culture assessment, 53
 4.2. Diversity assessment globale, studi di fattibilità e
 consulenza di processo, 53
 4.3. Progettazione del D&I training system aziendale, 54
 4.4. Train the trainers programs, 57
 4.5. Executive coaching e high-potentials coaching, 57
 4.6. D&I committee, 58
 4.7. Diversity awareness training, 58
 4.8. Progettazione di skill building courses monotematici
 su target isolati della diversity, 59
 4.9. Mentoring programs, 59
 4.10. Business incentive for managing diversity, 59
 4.11. Progettazione di Intercultural training programs for
 intercultural sales & negotiation, 59
 4.12. Progettazione di Global competence & cross-cultural
 awareness training (psicologia di marketing inter-
 nazionale), 60
 4.13. Intercultural management e leadership interculturale, 62
 4.14. Gestione di progetti formativi internazionali, 64
 4.15. Analisi di memetica aziendale, 64
 4.16. Mediazione culturale, 66
 4.17. HR Diversity recruiting esterno, 67
 4.18. Best practices studies, 67
 4.19. Benchmarking studies sul D&I, 68

- 4.20. Il training sull'intercultural management e sul D&I, 71
 - 4.21. Fattori di diversità per il management interculturale, 73
 - 4.22. Esempio di programma di training sull'intercultural management, 75
- p. 81 **Capitolo 5**
Altre aree di training nel D&I management
- 5.1. Aging workforce, 81
 - 5.2. Woman management style & career management, 83
 - 5.3. Passaggio generazionale nell'impresa e cambiamenti nella cultura manageriale, 86
 - 5.4. Gestire progetti formativi internazionali: intercultural training e international training, 89
 - 5.5. Cross-cultural benchmarking: servizi di esplorazione mirata di altre culture e altre pratiche, 92
 - 5.6. Interazioni tra Corporate social responsibility (CSR) e Diversity & Inclusion (D&I), 92
 - 5.7. Handicap e valorizzazione dei diversamente abili, 94
 - 5.8. Programma per un percorso formativo sul D&I management, 97
- 103 **Capitolo 6**
Le barriere profonde alla comprensione e al benessere aziendale. Analisi delle incomunicabilità tra persone. Il modello delle quattro distanze (4 Distances Model)
- 6.1. Polarità Self, 107
 - 6.2. Polarità semio-linguistica, 117
 - 6.3. La D&I e la gestione del tempo (time management), 123
 - 6.4. La collisione dei timeline negoziali, 132
 - 6.5. Polarità ideologico-valoriale, 133
 - 6.6. Intelligenza emotiva nella D&I, 145

- 6.7. Polarità referenziale, 147
- 6.8. Distanza complessiva tra persone, 161
- 6.9. Conflitto e incomunicabilità provocata da mancanza di aree condivise nelle sfere del Self, 167
- 6.10. Conflitto e incomunicabilità provocata da mancanza di aree condivise nel codice comunicativo, 169
- 6.11. Conflitto e incomunicabilità provocata da mancanza di aree condivise nelle sfere ideologico-valoriali, 175
- 6.12. Conflitto e incomunicabilità provocata da mancanza di aree condivise nelle sfere esperienziali, 180

p. 185 Capitolo 7
Capirsi “tra le righe”. Il modello 4 Mouth 4 Ears di Schulz von Thun

- 7.1. Livello di contenuto e livello di relazione (Watzlawick), 186
- 7.2. I quattro lati del messaggio (Schulz von Thun), 188
- 7.3. La chiarezza comunicativa come fattore determinante per l'efficienza, l'efficacia e il benessere aziendale, 194

197 Capitolo 8
Evoluzione: il modello di Trevisani 8CS (8 Communication Sides)

- 8.1. L'incomprensione e l'incomunicabilità nei contesti di D&I, 198
- 8.2. Le dimensioni interpretative del messaggio, 201
- 8.3. Gli strati di identità del comunicatore e l'inquadramento (framing) della situazione, 204
- 8.4. Gli “strati” delle persone, 206
- 8.5. Dinieghi dovuti ai meta-messaggi: i campi di forza delle relazioni, 208

8.6. Molteplicità dei sistemi di appartenenza dell'attore
sociale, 210

8.7. Il Reverse engineering della comunicazione, 212

8.8. Cosa sta succedendo qui? L'analisi dei frames, 215

p. 223 Bibliografia