

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 internazionale), 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. Dinegghi 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