

Psicologia

del Marketing e della Negoziazione



Exportiamo Academy, la scuola di formazione per esperti di mercati internazionali, organizza il **Corso intensivo di alta formazione in “psicologia del marketing e della negoziazione”**.

Perché iscriversi?

Gli export manager, gli imprenditori, i consulenti e tutti gli operatori che affrontano i mercati esteri ogni giorno sono chiamati a confrontarsi con buyers, partner commerciali o industriali. Comprendere e valutare i fattori psicosociali che influenzano i comportamenti individuali nelle scelte di acquisto o saper mettere in atto i fattori che consentono di creare condizioni idonee alla costruzione di accordi mutuamente vantaggiosi è il punto di partenza per una buona riuscita negli affari.

Obiettivo del corso

Il corso si propone di analizzare i **fattori psicosociali** che influenzano i comportamenti individuali e di acquisto nonché i fattori che influenzano le **situazioni di negoziazione**, con l'obiettivo di fornire gli strumenti utili a facilitare il raggiungimento di un accordo. L'obiettivo è far toccare con mano quale sia l'esperienza che sorge quando proviamo a portare l'attenzione in modo intenzionale al momento presente. Il coinvolgimento e la messa in gioco individuale saranno necessari al fine di acquisire strumenti personali incarnati, spendibili in una molteplicità di situazioni.

Destinatari

Il corso si rivolge a:

- Commercialisti ed Avvocati
- Imprenditori
- Export Manager
- Consulenti

Programma

Modulo 1 - 21 luglio

Comportamento individuale (individuo, individuo in relazione ad un altro individuo, individuo in relazione al gruppo sociale e all'ambiente)

- Motivi e significati dell'agire interpersonale (rapporti fra motivazione, emozione e pensiero nella prospettiva evoluzionista)
- Intersoggettività e sistemi motivazionali (cosa mi spinge a fare cosa all'interno delle relazioni)
- Maslow e i bisogni fondamentali dell'individuo

Modulo 2 - 22 luglio

Psicologia del marketing (buyers e comportamenti di acquisto)

- Il buyer
- Persone o buyer?
- Cos'è il comportamento del consumatore?

- Bisogno, motivazione e coinvolgimento nel comportamento d'acquisto
- Conoscenza del prodotto, conoscenza di sé e memoria
- Macroambiente di riferimento del consumatore: Cultura, subcultura e classe sociale
- Microambiente di riferimento del consumatore: gruppo di riferimento e famiglia
- La comunicazione persuasiva
- La programmazione neurolinguistica (PNL)

Modulo 3 - 22 luglio

La negoziazione (promuovere la comprensione dei fattori che consentono di creare condizioni idonee alla costruzione di accordi mutuamente vantaggiosi)

- Cooperazione e competizione
- La costruzione del mondo sociale
- Atteggiamenti: struttura, misurazione e funzioni
- La formazione degli atteggiamenti e le strategie di cambiamento

Metodologia didattica

La metodologia didattica sarà fortemente orientata alla **gestione pratica** e saranno organizzati **gruppi di lavoro** e **role-play** sulla gestione del conflitto e sul potenziamento delle capacità interpersonali di negoziazione. Il docente incentiverà il confronto e la discussione con i partecipanti.

Materiale didattico

Ai partecipanti saranno fornite dispense strutturate ad hoc dai docenti con l'obiettivo di sintetizzare gli argomenti sviluppati in aula.

Modalità di ammissione

Il corso è a numero chiuso e prevede un processo di selezione attraverso l'analisi delle domande di ammissione e dei curricula dei candidati.

Corpo Docenti

Le docenze sono affidate a **professionisti altamente qualificati** che vantano una pluriennale esperienza nell'ambito della psicologia della comunicazione e del cambiamento.

Rossella Costantino - Psicologa, Psicoterapeuta esperta in psicologia della comunicazione e del cambiamento. Trainer nella formazione psicoterapeutica post-laurea presso SPTC.

Quota partecipazione

€ 450+IVA

in early booking € 360+IVA fino al 23 giugno