



Ratio Operandi

Area Formativa per l'Impresa

PROGRAMMA CORSO FILOSOFIA E ARTE DELLA VENDITA

28 ore, dal 14 ottobre al 18 novembre 2006

Sabato 14 ottobre

Ore 9.00

Il preside dello Studio Filosofico Domenicano, padre Giovanni Bertuzzi o.p., inaugura il percorso formativo

Ore 9.15 – 10.45

La vendita secondo il Metodo DNA
Nicoletta d'Alesio, autrice Metodo DNA

Ore 11.00 – 12.45

Perché Ratio Operandi
Prof. Giovanni Bertuzzi o.p.

Venerdì 20 ottobre

Ore 16.00 – 17.45

Marketing dialogico
Piero Valdiserra, direttore marketing

Ore 18.00 – 19.45

Come siamo fatti
Prof. Giorgio Maria Carbone o.p.

Sabato 21 ottobre

Ore 9.00 – 10.45

Marketing dialogico
Piero Valdiserra, direttore marketing

Ore 11.00 – 12.45

L'uomo tra l'utile e il dilettevole
Prof. Tommaso Reali o.p.

Sabato 28 ottobre

Ore 9.00 – 10.45

Persuasione e retorica
Prof. Giuseppe Barzaghi o.p.

Ore 11.00 – 12.45

La vendita secondo il Metodo DNA
Nicoletta d'Alesio, autrice Metodo DNA

Venerdì 10 novembre

Ore 16.00 – 17.45

Mercanti ambasciatori della conoscenza
Giacomo Nerozzi, biblioteca Archiginnasio

Ore 18.00 – 19.45

Il Cliente: chi è costui? E che cosa vuole?
Paolo Gobbo, consulente aziendale

Sabato 11 novembre

Ore 9.00 – 10.45

Mercanti ambasciatori della conoscenza
Giacomo Nerozzi, biblioteca Archiginnasio

Ore 11.00 – 12.45

Scambio comunicativo
Prof. Giovanni Bertuzzi o.p.

Sabato 18 novembre

Ore 9.00 – 12.45

Parlano i corsisti

*Studio Filosofico Domenicano
Piazza San Domenico 13 - Bologna
Tel. 051 581683
atdomenp@iperbole.bologna.it*

RATIO OPERANDI

Corso Filosofia e Arte della Vendita
14 Ottobre - 18 Novembre 2006 presso lo Studio Filosofico Domenicano
MODULI SEZIONE "RATIO OPERANDI"

Perché Ratio Operandi?

Che cosa significa Ratio Operandi? Che cosa fa del lavoro il luogo in cui noi possiamo realizzare le nostre capacità, la nostra creatività e la nostra libertà scambiando, con altre persone, la nostra comune umanità? E che cosa fa del lavoro un'opera nel senso più pieno? Nell'intervento che inaugura il corso Filosofia e Arte della Vendita, il preside dello Studio Filosofico Domenicano illustrerà il percorso che ha portato a significare - con il nome di Ratio Operandi - un'attività di formazione il cui obiettivo è quello di approfondire i fondamenti etici ed antropologici del lavoro e attraverso la quale noi possiamo interrogarci e riflettere sulle ragioni dell'operare e su ciò che ci permette di operare secondo ragione.

Docente: prof. Giovanni Bertuzzi o.p.
Sabato 14 Ottobre: ore 11.00 - 12.45

Come siamo fatti

L'uomo più che da bisogni è mosso da desideri. Se non vi fossero i desideri, non vi sarebbe l'economia e, perciò, neppure la compravendita. Il desiderio non è una necessità; può essere una "passione", un'attrazione che subiamo, oppure esprimere l'interesse verso una determinata *cosa* che la mia intelligenza apprezza, che la volontà comanda e che volontariamente io assumo.

Se "operiamo con ratio" e senza pregiudizi, nell'attività di compravendita lo scambio di beni diventa l'occasione per stabilire in modo durevole dei rapporti umani, che sono l'anima del progresso culturale. Infatti, la compravendita non è mai soltanto una transazione di beni o servizi. Il compratore e il venditore si scambiano informazioni e conoscenze. Tra loro può instaurarsi un rapporto di cordialità e persino di amicizia.

Partendo dall'analisi di come siamo fatti, questo modulo evidenzia perché la compravendita volontaria incoraggia l'esigenza di comunicazione che ogni uomo vive nel suo profondo, promuove il realizzarsi dei desideri e delle gioie più nobili delle due parti e favorisce in modo irreversibile le conoscenze e gli scambi tra culture diverse.

Docente: prof. Giorgio Maria Carbone o.p.
Venerdì 20 Ottobre: ore 18.00 - 19.45

L'uomo fra l'utile e il dilettevole

Tra le opzioni preferenziali dell'economia, il conseguimento dell'utile rappresenta una incontrovertibile finalità, non solo per le dinamiche di funzionamento di tale scienza, ma come scelta preferenziale dei diversi attori del processo di allocazione delle risorse.

Ma in un insospettato equivoco terminologico, l'utile rappresenta anche una possibile strada dell'*ethos*: l'utilitarismo, infatti, sottolinea il capovolgimento nel dominio dei rapporti tra pensare l'economia in termini umani e pensare l'economia in una prospettiva solo pragmatica.

Il tentativo di rivisitare la nozione di utile, giocando sull'equivoco dell'etimo, ci porterà a un più appropriato ambito definitorio della persona umana in economia, dove anche la realizzazione personale e il diletto dell'attività compiuta possono disegnare un equilibrato approccio psicologico del mondo del lavoro, delle scelte razionali, dell'umanesimo come dimensione essenziale tra le possibili opzioni della globalizzazione contemporanea.

Docente: prof. Tommaso Reali o.p.
Sabato 21 Ottobre: ore 11.00 - 12.45

La persuasione e la retorica

Oggi il concetto di retorica è spesso associato a un modo ostentativo di esprimere i propri argomenti. Per persuadere, si punta più che ai contenuti a effetti emotivi sovrabbondanti. Invece, nell'antichità, la retorica era una disciplina provvista di regole e di accorgimenti rigorosi, sulla quale si fondava l'educazione di chi era preposto a svolgere attività di rilievo.

Secondo Aristotele, che ne fu grande maestro, gli argomenti dell'oratore eloquente devono avere un contenuto ineccepibile, giacché la prima qualità richiesta al buon retore è la sapienza.

Tuttavia, per interessare e persuadere un uditorio, alla sapienza il buon retore deve abbinare due altre virtù: la benevolenza, ovvero quella retta disposizione verso le persone che *l'anima di chi ascolta intende immediatamente* e l'onestà, in mancanza della quale il retore diventa automaticamente un sofista.

In questo modulo il buon professionista avrà dunque una conferma autorevole: se vuole persuadere il cliente secondo i canoni della tradizione, dovrà essere: sapiente, bene intenzionato e onesto.

Docente: prof. Giuseppe Barzagli o.p.
Sabato 28 Ottobre: ore 9.00 - 10.45

Lo scambio comunicativo

La comunicazione è uno scambio interattivo che porta ad allargare il campo del significato condiviso.

Oggi, viene sempre più sottolineata l'importanza del cosiddetto feedback, vale a dire del rapporto di reciproco scambio tra chi emette un messaggio e chi lo riceve. Il controllo degli effetti dei messaggi va estendendosi nella vita sociale (sia privata, sia pubblica) e nei mass-media. Si moltiplicano i dibattiti alla televisione e alla radio e, in ogni decisione, sempre più si cerca il dialogo e il coinvolgimento di tutti gli interessati.

Inoltre, le moderne tecnologie hanno agevolato straordinariamente gli scambi comunicativi a livello globale. Resta da stabilire quanto l'artificiosità di questi mezzi e tecniche di comunicazione tolgano immediatezza, sincerità e autenticità allo scambio comunicativo.

Affronteremo questa tematica prendendo in esame soprattutto i seguenti tre aspetti della comunicazione: a) la comunicazione mediatica b) la comunicazione interpersonale c) la relazione tra comunicazione e comunione.

Docente: prof. Giovanni Bertuzzi o.p.
Sabato 11 Novembre: ore 11.00 - 12.45

MODULI SEZIONE “ESPERTI DI SETTORE”

La Vendita secondo il METODO DNA

I campi culturali che qualificano la disciplina della compravendita sono l'economico e il relazionale; il METODO DNA sviluppa e collega entrambi in un originale percorso che, passo dopo passo, porta alla scoperta del DNA della Vendita. Il campo economico viene approfondito con brevi, ma esaurienti analisi delle motivazioni che hanno determinato il formarsi e l'evolversi degli scambi commerciali; dalle analisi emergono i relativi principi economici. Questo sguardo al nostro passato serve a dare fondamento e prospettiva al presente. Infatti, nel campo relazionale vediamo interagire due protagonisti dei nostri giorni: un cliente e un venditore. E il professionista della vendita può così dimostrarci come i principi di carattere generale siano applicabili e funzionino anche nei rapporti - sempre particolari e contingenti - della realtà quotidiana. Il gioco di corrispondenze fra teoria e pratica e fra cliente e venditore stimola a comprendere, in modo innovativo, il senso e gli scopi autentici degli scambi commerciali.

Docente: Nicoletta d'Alesio, autrice METODO DNA

Sabato 14 Ottobre: ore 9.00 - 10.45

Sabato 28 Ottobre: ore 9.00 - 10.45

Testimone a sorpresa

Il Cliente: chi è costui? E che cosa vuole?

Da come si è preparato per rispondere a queste domande, e da come le interpreta nel lavoro, si possono trarre elementi sufficienti per tracciare il profilo umano e professionale di un venditore. Che tipo di persona sarà quel cliente che non conosco? In che modo potrà essergli utile? Se questi sono - e lo devono essere - i veri interessi che orientano l'approccio con ogni nuovo cliente (ma non soltanto), allora si comprende perché la professione di venditore è complessa. Ma il buon professionista sa muoversi bene nella complessità per almeno tre motivi: perché, avendola accettata, della complessità non ha paura; perché, avendola razionalizzata, della complessità conosce le logiche; infine perché, pur nella complessità dei rapporti, il venditore prova piacere nell'allacciare nuove relazioni ed è stimolato positivamente a mettersi costantemente in gioco. Questo modulo intende evidenziare, con alcuni esempi concreti, quale preparazione sia oggi richiesta al venditore che voglia operare in modo adeguato alle accresciute esigenze delle singole persone e della società.

Docente: Paolo Gobbo, consulente aziendale

Venerdì 10 Novembre: ore 18.00 - 19.45

Il Marketing dialogico

Sono ormai superati i tempi in cui le attività di marketing calavano dall'alto su una massa indistinta di consumatori.

Il termine stesso “consumatori” non configura più un'accezione passiva: anche nel consumo si è, infatti, produttori di significati e di valori. Il marketing di oggi, chiamato ad affrontare una realtà globalizzata e con crescenti problematiche, è consapevole di doversi rivolgere non più a masse, ma a persone: persone con le loro caratteristiche uniche e irripetibili, con le loro storie individuali, con i loro singoli percorsi di vita. Ogni persona è portatrice di interessi, di valori, di ricchezze interiori non omologabili. Il marketing contemporaneo è quindi sempre più un marketing di rapporti, di domande e di risposte, di colloqui continuativi con ciascuno dei suoi interlocutori. Per essere una costruzione ininterrotta di consenso, il marketing deve necessariamente essere dialogico.

Tematiche fondamentali del modulo: Dalla massa alla persona - Il concetto e la necessità del dialogo - La metafora della rete - L'approccio prodotti & persone.

Docente: Piero Valdiserra, direttore marketing

Venerdì 20 Ottobre: ore 16.00 - 17.45

Sabato 21 Ottobre: ore 9.00 - 10.45

Mercanti ambasciatori della conoscenza

Nella storia della civiltà, l'attività commerciale non solo si accompagna alla produzione culturale, ma spesso ne costituisce il presupposto materiale, dal momento che lo scambio di merci apre la strada ai contatti fra i popoli e di conseguenza allo scambio di idee. Per questo motivo, lo studio delle dinamiche economiche di età anche molto lontane dalla nostra consente di mettere in luce momenti significativi del progresso culturale. In questo modulo sono presi in esame due episodi particolarmente importanti nella storia del connubio fra attività commerciale e ampliamento della conoscenza.

- La realtà ateniese del V secolo a.C. e dalla Firenze prerinascimentale, servirà a sviluppare una riflessione sulla funzione positiva svolta dalle relazioni di scambio fra differenti comunità. - Nell'azione dei mercanti greci e dei banchieri fiorentini troveremo le radici delle moderne prassi commerciali, avendo modo di sottolineare le positive ricadute di queste attività sulle rispettive civiltà di riferimento.

Docente: Giacomo Nerozzi, bibl. Archiginnasio

Venerdì 10 Novembre: ore 16.00 - 17.45

Sabato 11 Novembre: ore 9.00 - 10.45

Testimone a sorpresa

PARLANO I CORSISTI

Ogni corsista esprime la propria opinione sul percorso, su quanto ha appreso e su ciò che vuole ancora conoscere.

Sabato 18 Novembre: ore 9.00 - 12.45

Per informazioni e iscrizioni:

Studio Filosofico Domenicano

Piazza San Domenico, 13

Tel. 051 581683 - atdomenp@bologna.iperberle.it