

# agenda dei lavori di

nome  
e cognome

sito web: \_\_\_\_\_

user: \_\_\_\_\_

password: \_\_\_\_\_

modulo	giorno	orario	modulo	giorno	orario
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____	_____

## note

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

un progetto realizzato in partnership con



con il contributo non condizionato di



Il convegno è accreditato presso l'agenas con numero 5357-314059, e dà diritto a 32 crediti formativi.

Accreditato per: **MEDICO CHIRURGO** (Endocrinologia, Malattie metaboliche e diabetologia)

Per informazioni inviare una e-mail all'indirizzo [account@bleassociates.it](mailto:account@bleassociates.it)

Responsabile Scientifico: **Prof.ssa Simona Frontoni**



PROVIDER E SEGRETERIA ORGANIZZATIVA  
ble&associates s.r.l.  
t. 0823 3016.53 / 45.21.10  
f. 0823 3610.66  
e. [segreteria@bleassociates.it](mailto:segreteria@bleassociates.it)  
[www.ble-group.com](http://www.ble-group.com)

PROGETTO



22 GIUGNO > 15 SETTEMBRE

2021



## razionale

Il medico diabetologo è chiamato sempre più spesso a svolgere un ruolo delicato e complesso di “educatore sanitario” in un sistema che non coinvolge solo i pazienti ma anche i colleghi, gli enti, le istituzioni. Questi non necessitano di mantenere aggiornate soltanto le conoscenze tecnico-scientifiche ma anche di perfezionare le competenze relazionali, selezionando quali sono le informazioni giuste e utili e quali non lo sono. Una buona capacità nel rapporto con gli altri è un approccio che fa guadagnare rispetto e autorità ma soprattutto si traduce in una relazione più positiva con gli interlocutori, che rende più vantaggiosa anche la realizzazione di un buon percorso terapeutico. Il corso in oggetto si propone dunque di fornire un aggiornamento sulle competenze comunicazionali e potenziare tutti i livelli della comunicazione (esterna, interna, con il paziente) con l'obiettivo di accrescere le competenze del medico dal punto di vista assistenziale, terapeutico e soprattutto clinico affinché quanto sia appreso possa essere immediatamente messo a frutto nell'esercizio professionale o nel contesto organizzativo.

Coordinamento Scientifico

Dr.ssa Chiara Di Loreto - Prof.ssa Simona Frontoni

## 01. comunicazione situazionale

Che si tratti di un collega, del primario, del personale sanitario o di un paziente, il successo nella comunicazione dipende in larga misura dalla capacità di comprendere le peculiarità e i bisogni del proprio interlocutore e di sapersi adeguarsi ad esso. In questo modulo identificheremo i principali modi di comportarsi e relazionarsi delle persone e i bisogni che li generano. L'obiettivo è dunque quello di fornire uno strumento pratico per acquisire maggiore consapevolezza del proprio stile comunicativo, individuare quello del proprio interlocutore e saper agire una corretta comunicazione situazionale che aumenti la propria efficacia comunicativa con particolare riguardo alle terapie antidiabetiche innovative.

## 02. comunicazione empatica e relazionale

A partire dalla trilogia dei bisogni di Kano, esploreremo l'importanza di comprendere e rispondere alle aspettative dei pazienti diabetici. Pregiudizi, generalizzazioni e incapacità o mancanza di tempo per l'ascolto bloccano la comunicazione e ci allontanano dagli altri. La capacità di sospendere il pregiudizio, di fare domande e ascoltare le risposte e di saper stabilire un collegamento empatico con il paziente saranno alcuni degli argomenti affrontati in queste due sessioni al fine di facilitare la relazione.

## 03. comunicazione esterna

La comunicazione esterna, anche per i medici specialisti in diabetologia, è ormai fondamentale per diversi motivi: reputazione, networking, rafforzamento della propria autorevolezza, diffusione di informazioni e, sempre di più, comunicazione con i propri assistiti. Vogliamo strutturare questo intervento partendo dal personal branding su LinkedIn, con un approfondimento su come utilizzare al meglio questo canale - fra tutti i social network il più professionale - costruendo un profilo che rappresenti la propria autorevolezza ed esponendosi su tematiche medico-sanitarie attraverso la condivisione di articoli propri o di terzi. Anche in relazione alle esperienze di ognuno, proveremo a delineare delle semplici, utili regole per un corretto e cauto approccio ai giornalisti e alla stampa. L'approccio di questa sessione sarà molto pratico e finalizzato alla presa di coscienza di quanto sia importante comunicare all'esterno attraverso i giusti canali con serietà, struttura e programmazione, nonché alla condivisione di suggerimenti e buone pratiche per non commettere errori ed essere efficaci.

## 04. public speaking

Il public speaking è annoverato da moltissimi anni tra le più grandi paure dell'uomo. In questo modulo lavoreremo per migliorare la capacità dei partecipanti di parlare in pubblico a partire dalla conoscenza di alcuni principi di base e della comprensione dei propri punti di forza e dei punti migliorabili attraverso lezioni interattive basate sull'erogazione di contenuti teorici e simulazioni pratiche. In base alle necessità individuali, parleremo della centralità del pubblico, della necessità di un obiettivo chiaro, dei canali della comunicazione, dello storytelling e, se necessario, di ansia e gestione dello stress.

## 05. comunicazione efficace in video

Come si trasforma la comunicazione senza la presenza fisica dell'interlocutore e con una telecamera a filtrare il nostro modo di parlare? Se le due parti essenziali e non alternative di qualsiasi comunicazione restano sempre le stesse, il «cosa» ed il «come», ossia il contenuto e la sua forma, la peculiarità del mezzo video richiede un approccio differente. La comunicazione a distanza risulta infatti spesso piatta, fredda e inespressiva. Diventa così necessario non solo un impegno maggiore in termini di «energia profusa», ma anche un ripensamento del modo di interloquire nel tentativo di mantenere alto l'ingaggio e l'attenzione del proprio interlocutore. In questo modulo prenderemo in considerazione le peculiarità, le insidie e i vantaggi della comunicazione a distanza nel tentativo di minimizzare la distanza con i propri interlocutori e sfruttare al meglio questo nuovo modo di comunicare che, senza le dovute accortezze, può diminuire l'efficacia anche dei migliori comunicatori.

## 06. presentation design e data visualization

Come organizzare una presentazione? E più precisamente, come iniziare in maniera originale, come continuare senza annoiare e come concludere per rimanere nella mente degli ascoltatori? Sono tante le domande che si agitano nella mente di chi deve preparare un documento per una presentazione in pubblico per gli eventi di settore. In questo modulo, scopriremo come strutturare una presentazione, quali elementi privilegiare, quanto testo inserire, che tipo di carattere utilizzare, dove trovare delle immagini originali, di ottima qualità e non protette da copyright. Dedicheremo un focus alla data visualization, ossia al trasferimento di tecniche utili alla presentazione chiara ed efficace dei dati. A seguito della parte teorica sarà richiesto a ciascun partecipante di preparare una presentazione che sarà oggetto di revisione nel corso del secondo appuntamento.

## 07. simulazione/colloquio finale

Un momento finale di confronto per fare un sunto delle competenze acquisite e verificarle. Questo confronto sarà utile anche per chiarire eventuali dubbi emersi durante il percorso e per fissare e rafforzare alcuni pilastri fondamentali, necessari per sviluppare una reale consapevolezza sui temi.

## faculty

Daniela Cerquetti  
Gianluca Felice  
Manfredi Pedone