

CAS Relationship and Communication Management in Finance & Banking Programma

Presentazione

Da una parte l'offerta di formazione per operatori finanziari deve considerare i bisogni specifici per ogni profilo professionale, dall'altra, la comunicazione è tematica trasversale che concerne tutte le attività. In questo contesto e per fornire un concreto supporto agli operatori della piazza, il Centro di Studi Bancari e la Facoltà di scienze della comunicazione dell'Università della Svizzera italiana hanno siglato un accordo di collaborazione per la progettazione comune di un nuovo e completo Certificate of Advanced Studies (CAS) che affronta i principali argomenti legati alla relazione e alla comunicazione in ambito finanziario e bancario declinati in tre precorsi distinti, con parti comuni, pensati per tre diversi profili professionali:

Relationship manager (Percorso 1), con focus sul rapporto e la comunicazione con il cliente;

Centri di competenza interna: compliance, risk manager, resp. personale, etc. (Percorso 2), con focus sulla necessità di comunicare internamente con il management e con la linea;

Manager (Percorso 3), con focus sul bisogno di comunicare con l'esterno (pubblico, mass media, etc.).

I tre profili, a seconda delle esigenze, possono ugualmente essere interessati ad acquisire competenze specifiche degli altri due percorsi. In questo caso, il partecipante seguirà l'intero CAS. Al termine del percorso formativo completo è previsto un esame che, se superato, porta all'ottenimento della Certificazione CAS e dei rispettivi crediti formativi (10 ECTS) di livello accademico.

Coloro che hanno frequentato gli undici moduli del percorso 1 "Comunicazione verso il cliente" possono ambire a una Certificazione CAS ad hoc previa preparazione e presentazione di un case report in aggiunta all'esame, secondo quanto stabilito nel Piano di studi.

I due Certificati sono rilasciati dall'USI congiuntamente con il CSB.

Negli altri casi sono rilasciati dal CSB gli Attestati di partecipazione.

Obiettivi

Al termine dei percorsi formativi il partecipante:

- ha ottenuto strumenti per affinare tecniche di comunicazione efficaci che consentano di articolare il proprio messaggio in maniera corretta sfruttando al meglio i canali comunicativi opportuni;
- ha acquisito spunti per costruire una value proposition consistente rispetto alla propria attività professionale;
- è in grado di valutare e comprendere la comunicazione altrui (clienti, competitor);
- utilizza le competenze acquisite quale "trusted advisor".



CAS Relationship and Communication Management in Finance & Banking Programma

Destinatari

Sostanzialmente i destinatari sono suddivisibili in tre macro-gruppi:

- relationship manager;
- specialisti di centri di competenza interni;
- manager;

generalmente attivi nei settori: bancario, fiduciario, assicurativo e giuridico.

Contenuti

Il percorso formativo completo del CAS è composto da 13 corsi per complessive 80 ore articolati in un periodo di sette mesi.

In uno spirito di massima flessibilità e per permettere ai fruitori di scegliere le tematiche da approfondire in funzione dei propri bisogni, è data anche la possibilità di seguire uno o più moduli a scelta.

Introduzione

1. Comunicazione e fiducia sostenibile

Argomentazione

2. Ruolo dell'argomentazione nelle decisioni finanziarie

3. Strumenti di issues management e di costruzione degli argomentari

Media

4. Media e mercati finanziari

5. Gestione della relazione con i media

Relazione

6. Psicologia del denaro

7. Comunicazione interpersonale nel settore bancario e finanziario

8. Comunicazione interculturale

9. Developing a unique value proposition in private banking

10. Professional networking in private banking

Negoziazione

11. Negoziazione, mediazione e tecniche di risoluzione alternative del conflitto

Tecniche

12. Tecnologie di comunicazione e ruolo dei social media

13. Tecniche di presentazione e strumenti multimodali

Combinando, a seconda del profilo professionale cui si rivolgono, i 13 moduli sopra elencati del percorso completo sono inoltre proposte tre formazioni executive indipendenti con parti comuni rivolte ad altrettante categorie di destinatari:

- Percorso 1 - Comunicazione verso il cliente per relationship manager (11 moduli)
- Percorso 2 - Comunicazione per specialisti dei centri di competenza interna (6 moduli)
- Percorso 3 - Comunicazione esterna per manager (7 moduli)



CAS Relationship and Communication Management in Finance & Banking Programma

Percorso 1 - **Comunicazione verso il cliente** (Moduli: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13)

Questa formazione si focalizza sul rapporto del relationship manager con il cliente. Il corso fornisce le competenze per gestire il processo di costruzione reciproca della fiducia, dell'acquisizione delle informazioni sensibili, della gestione dei conflitti, fornendo quindi gli strumenti e le competenze per migliorare e strutturare l'approccio comunicativo e individuare le argomentazioni efficaci. Vengono analizzate inoltre tecniche volte alla costruzione e mantenimento della propria rete di contatti professionali, rete necessaria allo sviluppo della propria posizione commerciale e al conseguente incremento degli affari. Un ulteriore obiettivo mira a sviluppare e a esprimere chiaramente la value proposition della propria offerta. Infine, vengono considerati aspetti di psicologia e comunicazione in relazione al denaro e in considerazione delle differenze culturali, strumenti utili, ad esempio, nel rapportarsi con la nuova generazione sulla gestione della ricchezza o nel confrontarsi con clienti stranieri.

Specifici destinatari sono: consulenti bancari, fiduciari, assicuratori, avvocati.

Percorso 2 - **Comunicazione interna** (Moduli: 1, 2, 3, 7, 11, 13)

Questa formazione si focalizza sul rapporto interpersonale e comunicativo fra specialisti e generalisti. In particolare, fra i centri interni di competenza e le istanze superiori, quali la Direzione, il Consiglio di amministrazione e le Autorità (FINMA, etc.), nonché la linea, in particolare i consulenti. Il corso fornisce le competenze per comprendere, analizzare e produrre i migliori argomenti in ambito professionale, permettendo un incremento dell'efficacia nella value chain ed eliminando così le notorie incomprensioni tra back e front office e le difficoltà nel tradurre problematiche specialistiche in scelte strategiche. Una rilevanza particolare viene data alle tecniche di risoluzione dei conflitti interni basate sulla negoziazione e la mediazione. Un ulteriore focus è incentrato sull'esercizio della capacità espositiva in un contesto di comunicazione plenaria con il relativo sviluppo delle opportune tecniche e strumenti di presentazione.

Specifici destinatari sono: compliance manager, legal, risk manager, revisori interni, HR, etc.

Percorso 3 - **Comunicazione verso l'esterno** (Moduli: 1, 2, 3, 4, 5, 12, 13)

Questa formazione si focalizza sulle esigenze di comunicazione che il management di istituti e aziende ha nei confronti dei media, delle istituzioni pubbliche, dei cittadini, etc. Particolare rilevanza viene data alla formulazione di argomenti a fronte di situazioni di crisi o straordinarie, alle capacità di presentazione in ambito mediatico o di evento pubblico, all'efficacia nel dibattito, alla comprensione delle dinamiche di produzione della notizia (news values, gatekeeping). Sebbene esistano specialisti delle relazioni con i media nelle principali realtà aziendali, ogni professionista della piazza finanziaria è confrontato in diversa misura con situazioni di comunicazione pubblica, anche mediatizzata, entro i rapporti che le istituzioni intrattengono con il territorio e i suoi attori. In questo ambito, un'argomentazione efficace, oltre che opportuna, determina fortemente il riconoscimento pubblico verso l'istituzione e il suo ruolo.

Specifici destinatari possono essere: nelle banche, i direttori generali, di succursale e responsabili di linea; nelle fiduciarie, i capi azienda; nelle assicurazioni, gli agenti generali; in ambito giuridico, i magistrati.



CAS Relationship and Communication Management in Finance & Banking Programma

Docenti

- Claudio Allievi, Ing., Consulente e formatore, Executive coach, Milano
- Antonio Bova, PhD, Psicologo, Istituto di argomentazione, linguistica e semiotica (IALS), Università della Svizzera italiana (USI), Lugano, Adjunct Professor of Psychology, Franklin University Switzerland, Lugano
- Lorenzo Cantoni, Professore, Facoltà di scienze della comunicazione, Direttore dell'Istituto di Tecnologie per la Comunicazione Università della Svizzera italiana, Lugano
- Gabriela Cotti Musio, Responsabile Comunicazione, Credit Suisse (Svizzera) SA, Lugano
- Antonio G. Costanzo, Ing., Docente al Centro di Studi Bancari, Vezia
- Maurizio Di Feo, Responsabile Gestione Risorse Umane BPER Services Soc. Cons. p.a., Gruppo Banca popolare dell'Emilia Romagna, Modena, Docente al Centro di Studi Bancari
- Giancarlo Dillena, Docente e collaboratore scientifico, Facoltà di scienze della comunicazione, Università della Svizzera italiana, Lugano, già Direttore del "Corriere del Ticino"
- Luigi Ferrari, Professore di Psicologia delle condotte finanziarie, Università degli Studi di Milano-Bicocca, Milano
- Sara Greco, PhD, Professore assistente, Facoltà di scienze della comunicazione, Università della Svizzera italiana, Lugano
- Rudi Palmieri, PhD, Senior Lecturer in Strategic Communication, Università di Liverpool, UK, Docente, Facoltà di scienze della comunicazione, Università della Svizzera italiana, Lugano
- Roberto Pirola, Consulente e formatore, Roberto Pirola Communication GmbH, Bellinzona
- Carlo Raimondo, PhD, Docente, Facoltà di scienze della comunicazione, Università della Svizzera italiana, Lugano
- Renato Ramella, Consulente e formatore, Manager di BSP. International AG, Baden
- Andrea Rocci, Professore e Decano, Facoltà di scienze della comunicazione, Direttore dell'Istituto di argomentazione, linguistica e semiotica, Università della Svizzera italiana, Lugano
- Lino Terlizzi, Giornalista economico, Editorialista, Corriere del Ticino, Collaboratore de Il Sole 24 Ore per la Svizzera, Lugano
- Giovanni Vergani, Dr., Docente presso la Facoltà di scienze economiche, Università della Svizzera italiana e presso il Centro di Studi Bancari, Lugano, Membro del CdA di PKB Privatbank SA, Lugano

Contatti

Nicola Donadio

Centro di Studi Bancari

Villa Negroni

CH-6943 VEZIA

Tel. +4191 9616520

Fax. +4191 9674263

Indirizzo e-mail: ndonadio@csbancari.ch

