



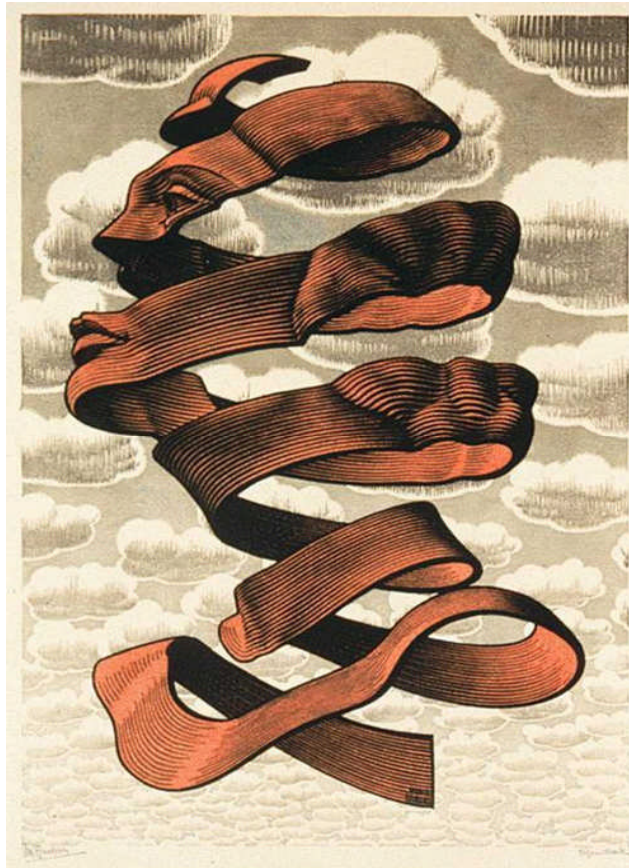
CENTRO DI TERAPIA STRATEGICA

Istituto di Ricerca, Training e attività Clinica



SCUOLA DI FORMAZIONE MANAGERIALE IN COMUNICAZIONE E PROBLEM SOLVING STRATEGICO

La Consulenza D'immagine Strategica



Intensive Training per

la costruzione dell'immagine personale

«Soltanto i superficiali non giudicano dall'apparenza»

O. Wilde

CTS DIVISIONE COMUNICAZIONE e PROBLEM SOLVING STRATEGICO

Piazza S. Agostino 11 – 52100 - Arezzo – Italia - Tel. +39 0575 350 240 - fax +39 0575 350 277

E. mail info@problemsolvingstrategico.it www.problemsolvingstrategico.it www.centroditerapiastrategica.org

LA COSTRUZIONE DELL'IMMAGINE PERSONALE *dall'abito che fa il monaco, al monaco che fa l'abito*

Ci sono persone che ci attirano inesorabilmente con la loro immagine. Ma cosa le rende così affascinanti, particolari, ammalianti ? Qual è il segreto del loro carisma ?

Lo stile non è solo atteggiamento, gestualità o buona retorica ma è soprattutto il frutto di una ricerca nel modo di porsi e di comunicare. Persone affascinanti e carismatiche solo raramente sono perfette, a volte hanno la pancia o un naso enorme eppure infondono sicurezza negli altri, trasmettono l'impressione di piacersi e di aver raggiunto un equilibrio, armonizzando punti di forza e difetti. Nelle più diverse condizioni, anche di difficoltà, agiscono con sicurezza e autenticità, risolvendo ogni situazione con classe. Queste qualità sono percepite dagli altri come forte carisma, ma non sono altro che l'effetto di un'intensa e positiva "impressione".

L'effetto "*prima impressione*" è uno dei fenomeni più noti nella ricerca psicologica ma, paradossalmente, quello meno considerato.

L'immagine, ovvero la percezione che gli altri hanno di noi, viene a costituirsi nelle primissime battute di una interazione. In questa fase del contatto interpersonale le parole giocano un ruolo minimale rispetto alla comunicazione non verbale. Consapevole di ciò, ognuno di noi può decidere se lasciare che la propria immagine venga percepita in modo del tutto casuale o se imparare a modificarla ed utilizzarla strategicamente a seconda delle situazioni.

Purtroppo non basta essere originali per essere capaci di influenzare i nostri interlocutori nella direzione da noi desiderata, poiché nell'era della globalizzazione in cui tutti abbiamo accesso alle stesse cose, facciamo le stesse cose, il vero lusso sta nel riuscire a possedere qualcosa su misura, di assolutamente originale, che solo noi abbiamo: *il nostro stile personale*.

Obiettivo del training sarà far sviluppare ad ogni partecipante una competenza comunicativa che lo renda capace di essere flessibile ed adattabile alle relazioni, poiché non esistono atteggiamenti e comportamenti giusti o sbagliati in sé, bensì modalità adeguate ed efficaci per gestire ogni differente occasione. Troppo spesso siamo invece portati a pensare che la capacità di sedurre sia un dono che solo alcuni hanno. Non è così ! La seduzione è una capacità naturale, presente in ognuno di noi, la differenza sta nel fatto che alcune persone riescono ad esprimerla facilmente, mentre le altre appaiono meno affascinanti e seducenti.

A questo scopo, il percorso suggerito offrirà una formazione su misura per ogni partecipante, grazie al programma che spazierà dalla valutazione dell'aspetto fisico ad un'analisi delle modalità comunicative del soggetto, per guidarlo poi a costruirsi uno stile comunicativo ed un'immagine, personale e professionale, desiderabile ed efficace.

In altri termini, come citato nel titolo, la persona sarà in grado di passare dalla condizione di chi subisce la realtà a quella di chi costruisce la propria realtà.

**INTENSIVE TRAINING
IN
CONSULENZA D'IMMAGINE STRATEGICA**

| | |
|--|--|
| <p><i>“Il vero viaggio di scoperta non è vedere nuovi mondi ma cambiare occhi”</i> <i>M. Proust</i></p> <p>La comunicazione d'immagine:</p> <p style="text-align: center;">2 giorni</p> | <p>STRATEGIE DI COMUNICAZIONE STRATEGICA E TECNICHE DI INFLUENZAMENTO INTERPERSONALE</p> <ul style="list-style-type: none"> • La formazione della prima impressione: la comunicazione non verbale e verbale efficace • L'osservazione dei comportamenti comunicativi e del loro effetto. • La costruzione di una positiva dinamica di interazione. <p style="text-align: center;">DALLA COMUNICAZIONE CHE SPIEGA ALLA COMUNICAZIONE CHE PERSUADE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sintonizzarsi per evocare nuove percezioni nell'interlocutore • L'arte delle domande strategiche • Parafrasare per ridefinire • Evocare sensazioni attraverso il linguaggio • Creare l'armonia delle ridondanze • Costruire la sequenza di piccoli accordi fino al grande accordo • Condurre a scoprire piuttosto che spiegare |
| <p><i>“Sii tutto in ogni cosa. Poni quanto sei nel minimo che fai”</i> <i>G. Nardone</i></p> <p>La comunicazione non verbale dinamica</p> <p style="text-align: center;">1 giorno</p> | <p style="text-align: center;">LA GESTIONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dello Sguardo, modalità di influenzamento attraverso il contatto oculare. • Della Prosemica: gestione della distanza e danza tra intimità e distacco • Della Postura e movimenti suggestivi del corpo • Del Sorriso e della Mimica facciale. • Della Prosodia e cambiamenti del tono della voce |
| <p><i>“Gli elementi contrastanti si accordano, e da ciò che discorda deriva la più bella armonia”</i> <i>Eraclito</i></p> <p style="text-align: center;"><i>Learning by doing</i> L'importanza della Voce</p> <p style="text-align: center;">1 giorno</p> | <p style="text-align: center;">LA VOCE COME ESTENSIONE DEL CORPO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tono, timbro, ritmo, frequenza e pause • Musicalità e vivacità vocale • Armonie e dissonanze negli accordi vocali • Coerenza tra segnali verbali e non verbali. |
| <p><i>“Quello che ti manca chiedilo in prestito a te stesso”</i> <i>Catone</i></p> <p style="text-align: center;">La Gestione del look</p> <p style="text-align: center;">2 giorni</p> | <p>VALUTAZIONE DELLE CARATTERISTICHE ESTETICHE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisi dei punti di forza e dei punti di debolezza, evidenziare per nascondere e trasformare limiti in risorse della propria immagine personale • Individuazione obiettivi desiderabili e possibili* • Costruzione di una serie di differenti stili di immagine calzati sulle caratteristiche del soggetto • Guida del partecipante alla selezione dello stile più idoneo alle differenti situazioni <p>(*Nei casi in cui si evidenziassero necessità di riduzione di peso o tonificazione di zone muscolare o interventi estetici si provvederà a dare indicazioni con l'aiuto di specialisti nel settore)</p> |

| | |
|--|--|
| <p><i>“Le cose non si considerano per quel che sono, ma per quel che appaiono”</i> B. Gracian</p> <p>La valorizzazione dell’aspetto estetico</p> <p>1 giorno</p> | <p>LA SCELTA DELL’ABBIGLIAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • L’abito adatto al contesto • La combinazione di accessori <p><i>1° incontro con i consulenti Hair style</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • L’acconciatura • Studio del colore per creare l’impatto visivo desiderato. |
| <p><i>“Sapere cosa fare non significa saperlo fare”</i> G. Nardone</p> <p>Il coaching strategico</p> <p>1 giorno</p> | <p>SBLOCCARE LE INCAPACITÀ PERSONALI ED UTILIZZARE LE PROPRIE FRAGILITÀ COME PUNTI DI FORZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Controllare le emozioni (gestire la postura, il respiro e la voce) • Sintonizzare il verbale con il non verbale. • Osservazione dei comportamenti comunicativi e del loro effetto |
| <p><i>“Sii quello che vorresti che il mondo fosse”</i> M.K. Gandhi</p> <p>Identificare il proprio stile personale</p> <p>2 giorni</p> | <p>LO SVILUPPO DEL CARISMA ATTRAVERSO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presenza e aspetto estetico • Capacità comunicativa • Capacità di relazionarsi <p><i>2° incontro con i consulenti Hair style</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • in base alla tipologia del "viso", alle proporzioni corporee e al tipo di capello, viene studiato il taglio ed il colore per armonizzare al meglio l' impatto visivo |
| <p><i>“Non si può non comunicare”</i> P. Watzlawick</p> <p><i>Learning by doing</i></p> <p>Verifica di una attività</p> <p>2 giorni</p> | <p>VERIFICARE LA CAPACITÀ DI RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI ATTRAVERSO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione scritta • Comunicazione telefonica • Comunicazione faccia a faccia |
| <p><i>“Ogni cosa conduce ad un’altra cosa che conduce ad un’altra cosa....se ti concentri sul fare la più piccola, e poi la successiva e così via, ti troverai a fare grandi cose, avendo fatto solo piccole cose”</i> J. Weakland</p> <p><i>Learning by doing</i></p> <p>Consolidamento dello stile personale scelto</p> <p>2 giorni</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Il nuovo Stile comunicativo-relazionale • Il nuovo Aspetto esteriore. <p><i>3° incontro con i consulenti Hair style</i></p> |

LA FORMAZIONE IN CONSULENZA D'IMMAGINE E COMUNICAZIONE STRATEGICA

Metodologia didattica

La formazione strategica, concentrandosi sui processi più che sui contenuti, può essere definita come un "insegnare a cambiare". Formare in termini strategici, difatti, non significa solo trasmettere nuove conoscenze, bensì far acquisire alle persone nuovi strumenti teorico-applicativi che permetteranno loro di cambiare in modo concreto le proprie modalità di operare. Per questi motivi la formazione strategica si basa prevalentemente sul metodo del "learning by doing" che consente di trasformare l'apprendimento individuale in una acquisizione che può essere immediatamente trasportata nella realtà operativa di ogni singolo partecipante.

Dal nostro punto di vista è decisamente importante la differenza tra 'sentire' e 'capire' poiché, è un'antica illusione degli esseri umani il fatto che 'se io capisco una cosa potrò cambiarla, ma ogni giorno abbiamo prove differenti. Ad esempio: *tutti noi abbiamo provato la frustrazione di voler abbandonare qualcuno, ma di non riuscire a farlo. Abbiamo capito che non è la persona giusta, che tanto ci dà tanto ci toglie, vorremmo rompere ma sentiamo di essere troppo legati da non essere in grado di lasciarla. Esiste migliore prova della differenza tra sentire e capire?* Cambiare la percezione delle cose, non cambiare la cognizione, perché se io cambio la percezione cambio la reazione emotiva, cambio la reazione e come effetto finale cambio la cognizione. Per questo i momenti di lezione teorica sono affiancati ad esercitazioni pratiche per consentire ai partecipanti di sperimentare le proprie competenze e permettere l'apprendimento di tecniche in grado di sviluppare la loro efficacia comunicativa, relazionale e di problem solving. Il ricorso ad esercitazioni pratiche (che prevedono in alcuni casi anche l'utilizzo della videocamera) consente ai partecipanti di sperimentare, comprendere ed accrescere le proprie potenzialità comunicative e la propria abilità nel risolvere situazioni problematiche. Ciascun partecipante in questo modo viene guidato ad incrementare la propria capacità di osservazione e rilevazione di atteggiamenti e comportamenti disfunzionali nell'ambito del gruppo di lavoro, per poi attuare quanto appreso e farlo diventare acquisizione da trasferire nella realtà in cui opera, così da produrre efficaci e significativi cambiamenti.

Modello di riferimento

<Non si può non comunicare> è il primo postulato della *Pragmatica della comunicazione* (Watzlawick, 1967). Dunque, si deve scegliere se farlo in modo casuale e subire tale ineluttabilità, oppure scegliere di farlo strategicamente e gestirla. Da questa assunzione nasce l'approccio strategico, ovvero l'applicazione alla comunicazione interpersonale e terapeutica delle formulazioni teoriche e applicative, frutto del lavoro del gruppo di Palo Alto (Watzlawick-Weakland, 1974; Nardone-Watzlawick, 1990; Watzlawick, Nardone, 1997). Piuttosto che basarsi su una teoria a priori della natura umana in base alla quale 'analizzare' il comportamento, il Modello strategico si occupa del modo in cui l'uomo *percepisce* e *gestisce* la propria realtà, attraverso la sua comunicazione con se stesso, gli altri ed il mondo, trasformandola da disfunzionale in funzionale. Da tale prospettiva, i problemi umani sono il prodotto dell'interazione tra soggetto e realtà, per cui risalire alle origini del problema è spesso fuorviante rispetto al trovare le soluzioni. Mentre saranno le soluzioni che funzionano che condurranno a conoscere le matrici del problema. *Dal 1987 l'ulteriore contributo applicativo con l'evoluzione del Modello* verso una forma di avanzata tecnologia *terapeutica e di problem solving* è stato apportato da Giorgio Nardone (*"L'arte del cambiamento"*, 1990, *"La terapia dell'azienda malata"*, 2000, *Cavalcare la propria tigre*" 2003; *"Il dialogo strategico"*, 2004) il quale, mediante un rigoroso metodo di ricerca empirico-sperimentale, ha messo a punto un Modello di intervento specifico per la soluzione di problemi in ambito clinico ed organizzativo. Dal suo lavoro sono scaturite numerose pubblicazioni, tradotte in molte lingue, divenute testi fondamentali dell'approccio strategico alla Psicoterapia e al Problem Solving (per approfondimenti bibliografici: www.centroditerapistologica.org)

Comunicazione, Cambiamento e Problem Solving sono gli ambiti prevalenti che il Centro di Terapia Strategica ha sviluppato in anni di ricerca e studio di casi clinici, contesti organizzativi, aziendali e sanitari. Infatti, parallelamente a tutto il lavoro di ricerca e intervento in ambito clinico svolto presso il nostro Istituto, è andato evolvendosi un Modello specifico di intervento nelle realtà aziendali. I successi ottenuti dall'applicazione del nostro Modello in diverse realtà organizzative, come ad esempio, *l'Esercito Italiano*, esperienza ben illustrata nel testo *"La terapia dell'azienda malata - Problem solving strategico per organizzazioni"*, partono dal presupposto che l'unica verifica di uno strumento è la sua efficacia operativa, e si fondano soprattutto sulla flessibilità e adattabilità di questo, che riesce ad unire rigore metodologico e creatività, esperienza e innovazione, applicazione di strategie e capacità di autocorrezione per arrivare a trovare la soluzione al problema o raggiungere l'obiettivo desiderato.

BIBLIOGRAFIA DI RIFERIMENTO

Cambiare occhi, toccare il cuore

Nardone G., 2007

Ponte alle Grazie, Milano

La dieta paradossale

Nardone G., 2007

Ponte alle Grazie, Milano

Guardarsi dentro rende ciechi

Watzlawick P., 2007

Ponte alle Grazie, Milano

Correggimi se sbaglio

Nardone G., 2005

Ponte alle Grazie, Milano

Il dialogo strategico

Nardone G., Salvini A.,

Ponte alle Grazie, Milano, 2004

Cavalcare la propria tigre

Giorgio Nardone

Ponte alle Grazie, Milano, 2003

L'arte del cambiamento

Giorgio Nardone, Paul Watzlawick

Ponte alle Grazie, Milano, 1990

Psicosoluzioni

Giorgio Nardone

Rizzoli, Milano, 1998

CONSULENTI E FORMATORI DEL PERCORSO

Giorgio Nardone

ricosciuto a livello internazionale come uno dei più creativi ma al tempo stesso rigorosi terapeuti in virtù dei suoi numerosi ed innovativi lavori che hanno portato ad un nuovo Modello Evoluto di Terapia Breve, di Comunicazione e Problem Solving Strategico. Considerato l'esponente di maggior spicco tra i ricercatori della **Scuola di Palo Alto**, unico allievo-erede di **Paul Watzlawick con il quale ha fondato nel 1987 il Centro di Terapia Strategica** (CTS) di Arezzo, ove svolge la sua attività di Psicologo e Psicoterapeuta. Direttore della *Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica* e della *Scuola di Comunicazione e Problem Solving Strategico*. Dal 2001 è Coordinatore del *Network Europeo di Psicoterapia Breve Strategica e Sistemica* e della *Rivista Europea di Psicoterapia Breve Strategica e Sistemica*. E' inoltre *Direttore della Collana "Saggi di Terapia Breve"* Ponte alle Grazie Editore, Milano. Da anni tiene conferenze, seminari clinici e manageriali in Italia e all'estero, svolge consulenze e formazione per manager ed aziende, inoltre è autore di numerose opere tradotte in molte lingue straniere. Al suo creativo ed al tempo stesso sistematico lavoro si ispirano studiosi, terapeuti e manager di tutto il mondo.

Elisa Balbi

Psicologa-Psicoterapeuta, ricercatore associato al Centro di Terapia Strategica di Arezzo.

Tutor della Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica di Arezzo. E' inoltre responsabile dello studio di Pesaro, affiliato al Centro di Terapia Strategica di Arezzo, dove svolge attività di consulenza e Psicoterapia breve.

Federica Cagnoni

Psicologa-Psicoterapeuta, ricercatore associato al Centro di Terapia Strategica di Arezzo.

Docente della Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica di Arezzo, dei master clinici in Psicoterapia Breve Strategica (sedi di Barcellona, Bologna, Milano, Roma, Torino, Padova) e della Scuola di Comunicazione e Problem Solving Strategico. E' inoltre responsabile degli studi di Torino e Carpi (Mo), affiliati al Centro di Terapia Strategica di Arezzo, dove svolge attività di consulenza e Psicoterapia breve.

Oltre ad alcune pubblicazioni in campo clinico, è coautrice (insieme a Giorgio Nardone) di: *"Perversioni in Rete. Psicopatologie da Internet e il loro trattamento"*, Ponte alle Grazie, Milano, 2002.

"La Terapia Breve Strategica nella Sindrome da Attacchi di Panico" in *"Il Panico"* di Francesco Rovetto, McGraw Hill, Milano, 2001.

Paolo Mordazzi

Psicologo-Psicoterapeuta, dal 1994 è ricercatore associato al Centro di Terapia Strategica di Arezzo. Docente della Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica di Arezzo, dei master clinici in Psicoterapia Breve Strategica e della Scuola di Comunicazione e Problem Solving Strategico.

Attualmente, è responsabile degli studi di Parma e di Milano, affiliati al Centro di Terapia Strategica di Arezzo, dove svolge attività di consulenza, coaching e psicoterapia breve. Oltre a quella psicoterapeutica, svolge attività di formazione in campo organizzativo, educativo e clinico e di coaching sia nell'ambito della *performance* sportiva (singoli atleti e squadre) che manageriale. Per 4 anni ha lavorato come funzionario della Direzione del personale (Marzotto, Barilla) con responsabilità inerenti la gestione e sviluppo delle risorse umane, maturando parte della sua esperienza professionale, in seguito è stato anche psicologo consulente per alcuni *programmi televisivi* della rete nazionale, fra cui *"L'isola dei famosi"* (edizioni 2003 e 2005) e *"Music Farm"*(edizione 2004). Coautore insieme a Roberta Milanese di *"Coaching Strategico"* per la collana *"Saggi di Terapia Breve"* Ponte alle Grazie, Milano, 2007

M.Cristina Nardone

A.D. dello Strategic Therapy Center, della quale si occupa dalle risorse alle strategie aziendali, dal personale al coordinamento dell'immagine della società sia interna che esterna, sino alle attività di public relations e di comunicazione esterna. Con il suo lavoro nel mondo della formazione ha avuto significative esperienze nelle relazioni, avendo inoltre al suo attivo la gestione ed organizzazione di più di 500 eventi congressuali.

Branka Skorjanec

Psicologa-Psicoterapeuta, ricercatore associato al Centro di Terapia Strategica di Arezzo. Docente della Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica di Arezzo, dei master clinici in Psicoterapia Breve Strategica e della Scuola di Comunicazione e Problem Solving Strategico, oltre che l'organizzatrice del Master biennale di Padova rivolto ai colleghi Psicoterapeuti.

Per la collana *"Saggi di Terapia Breve"* ha scritto: *"Il linguaggio della terapia breve"* (Ponte alla Grazie, 2000).

Laura e Gabriele Tuzzi Hair Style

Formatori per le più importanti aziende del settore, con il loro team sono da anni complici della bellezza nelle sue infinite sfaccettature. Ricercatori ed interpreti delle proposte moda più attuali, propongono il massimo ai propri clienti per esaltarne l'individualità' attraverso uno stile personale ed armonioso.

INFORMAZIONI GENERALI

Il training è rivolto a: DIRIGENTI, MANAGER, IMPRENDITORI, LIBERI PROFESSIONISTI, PUBLIC RELATION, FORMATORI, CONSULENTI, MEDICI.

Per potersi iscrivere è necessario inviare una domanda di partecipazione con allegato Curriculum Vitae e fotografia da inviare entro 10 giorni antecedenti l'inizio del corso

- via e-mail a cristina@problemsolvingstrategico.it oppure via fax allo **0575/ 350 277** alla attenzione della Direzione

Solo dopo l'accettazione del candidato, si potrà effettuare la convalida di iscrizione compilando il relativo modulo di iscrizione (**da scaricare nel sito www.problemsolvingstrategico.it**)

Registrazioni Al Training sono ammessi un numero massimo di **15 partecipanti** selezionati in base al profilo professionale. Poiché il corso è a numero chiuso, le adesioni verranno accettate fino ad esaurimento dei posti e saranno considerate confermate solo al momento dell'avvenuto pagamento.

Inizio corsi: Marzo e Ottobre di ogni anno

Orario e frequenza L'attività prevede 14 incontri organizzati a moduli di un week-end al mese, dalle ore 10.00 alle ore 18.00

Sede degli incontri Centro di Terapia Strategica - Piazza S. Agostino, 11- AREZZO

Ospitalità Per i corsisti fuori sede, il CTS ha attivato convenzioni a tariffe agevolate con strutture alberghiere e B&B della città, chi ne farà richiesta potrà ricevere l'elenco da visionare.

Quota di partecipazione La quota di partecipazione al intensive training è di 2.800,00 euro + IVA (comprensiva di tutte le colazioni durante l'orario di lavoro).

Sostituzioni o recesso: E' possibile rinunciare all'iscrizione inviandone comunicazione entro 20 giorni prima dell'inizio del corso, a mezzo fax o e-mail, accompagnata da raccomandata con ricevuta di ritorno; in tal caso verrà restituita la quota d'iscrizione versata, trattenendo dall'importo €. 50,00 per diritti di segreteria. Qualora la disdetta pervenga successivamente a tale data verrà trattenuto l'intero importo versato.

Certificati: i partecipanti, che lo richiederanno, riceveranno un certificato di presenza alle singole lezioni dell'attività di formativa.

SUPERVISIONE SCIENTIFICA Prof. Giorgio Nardone

DIREZIONE GENERALE M.Cristina Nardone

Tel. + 39 0575 354 853 E.mail cristina@problemsolvingstrategico.it

AMMINISTRAZIONE STRATEGIC THERAPY CENTER

Piazza S. Agostino, 11 - 52100 - Arezzo

Tel. + 39 0575 350240 - Fax. +39 0575 350277 E.mail amministrazione@centroditerapiastrategica.org

PER INFORMAZIONI ED ADESIONI RIVOLGERSI ALLA

Dr. Elisa Dalla Noce

Tel. + **39 0575 354 853** cell. + **39 348 7297979**

telefonando dal lunedì al venerdì dalle ore 13,00.00 alle 19.00

oppure via E. mail info@problemsolvingstrategico.it



***Il CTS di Arezzo è stato fondato nel 1987
da Giorgio Nardone e Paul Watzlawick***

**L'Istituto rappresenta a livello internazionale
sia la tradizione che la evoluzione
del Modello della *Scuola di Palo Alto***

Diretti da Psicoterapeuti affiliati, specialisti formati nella nostra *Scuola di Specializzazione in Psicoterapia Breve Strategica* e successivamente selezionati, disseminati sul territorio nazionale ed internazionale, presso i quali si effettuano psicoterapia, consulenza, formazione, nonché una costante attività di ricerca.

**Il CTS di Arezzo ha 85 Studi Affiliati
in Italia, 4 in Europa e 2 negli Stati Uniti**

Una "divisione operativa per le aziende" costituita da professionisti selezionati e formati dalla nostra *Scuola di Comunicazione e Problem Solving Strategico*. Specialisti in grado di offrire servizi di *consulenza, formazione, coaching* che fanno riferimento al C.T.S. dal punto di vista della ricerca e dell'innovazione formando un *team d'eccellenza* certificato dal CTS e supervisionato dal Prof. Giorgio Nardone.

Il CTS Divisione Change Strategies

**Il CTS è Scuola di Specializzazione
in Psicoterapia Breve Strategica**

(Riconosciuta dal M.I.U.R.)

Abilitante all'esercizio della psicoterapia equipollente a quello delle Scuole di Specializzazione Universitarie

**Il CTS è Scuola di Formazione
Manageriale
in Comunicazione e
Problem Solving Strategico**

**Presso il Centro di Terapia Strategica si effettuano
Ricerche, Training e Psicoterapie brevi.
Formazione e Consulenza clinica e manageriale**

PER MAGGIORI INFORMAZIONI VISITA I NOSTRI SITI

www.centroditerapiastrategica.org - www.problemsolvingstrategico.it - www.giorgionardone.it -
www.psicoterapiabrevestrategica.it www.bsst.org