

Descriptif formation

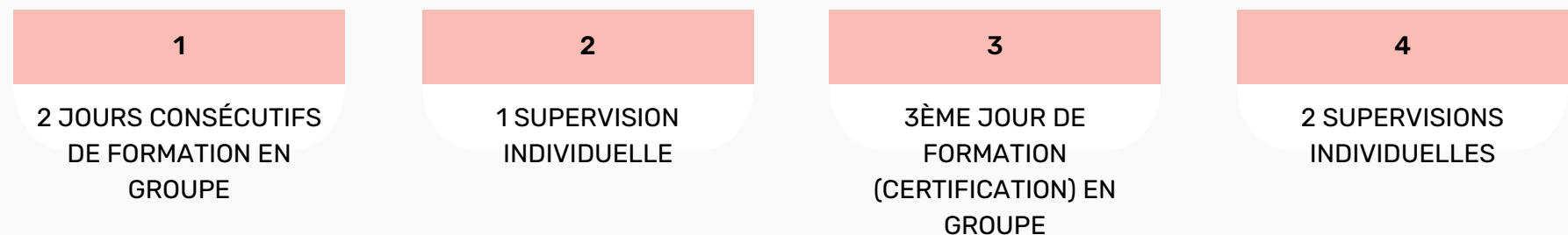
Bilan individuel InterQualia

Organisation de la formation au bilan individuel

La formation au **bilan individuel InterQualia** a lieu sur **3 jours**. Les jours 1 et 2 sont consécutifs. Un temps défini d'un minimum de 6 semaines est instauré entre les jours 2 et 3. Il s'agit là d'une **période d'intégration et d'expérimentation** nécessaire afin de faciliter **l'apprentissage**.

3 séances de **supervision individuelles** sont comprises dans la formation. une séance entre le jour 2 et 3 et deux séances après. Celles-ci offrent l'opportunité d'être en présence individuel avec le formateur afin qu'il puisse **répondre à vos besoins/questions personnels**.

Un résumé en étapes:



Contenu et objectifs

Jour 1

- Les émotions (origine, rôles, conséquences, au travail)
- La théorie du Flow de Mihaly Csikszentmihalyi
- Le modèle des états émotionnels
 - Les 9 états de la boussole émotionnelle
 - La reconnaissance des compétences
- Le bilan InterQualia
 - Ethique, chronologie, conditions
 - Applications, structure, méthodologie et restitution

Jour 2

- Training: analyse de cas
- Training: entraînement à la restitution des résultats

Jour 3

- Supervision des premières utilisations du bilan dans la pratique professionnelle
- Rétroaction sur les cas pratiques réalisés par les participants
- Réponse aux questions
- Certification

Tarifs de la formation au bilan individuel

Le tarifs total de cette formation est de **3'500.- CHF**

Sont compris:

- 3 jours de formation
- 3 supervisions individuelles
- Le matériel pédagogique:
 - guide pédagogique de la certification InterQualia,
 - CD-Rom contenant le matériel pédagogique,
 - un exemple de résultats complets de Bilan InterQualia®,
 - 8 exemples de synthèse de résultats de Bilan InterQualia®,
- 8 bilans que le participants pourra utiliser avec sa clientèle d'une valeur totale de 1'600.- CHF

Une fois certifié, le participant bénéficie, sans frais supplémentaires, de l'aide du service de soutien d'InterQualia pour toute question technique, scientifique ou touchant au marketing.