

DAI PRINCIPI DELLA CSR ALLA DEFINIZIONE DEI PROGETTI AZIENDALI

**3 LUGLIO - CORSO DI ALTA FORMAZIONE
DAI PRINCIPI DELLA CSR
ALLA DEFINIZIONE DEI
PROGETTI AZIENDALI**

i
**PER MAGGIORI
INFORMAZIONI**
tel: 041.5498534
progetti@isre.it

Abstract:

L'obiettivo del corso è quello di offrire ai partecipanti le competenze per un nuovo modello di governance e gestione aziendale alla luce delle mutate sensibilità dei consumatori. Occorre mettere in relazione l'ambiente aziendale, il suo modello di business, le sue esperienze con i capitali dell'azienda: capitale finanziario, produttivo, intellettuale, umano, relazionale-sociale e ambientale, per offrire ai partecipanti gli strumenti e le competenze per un approccio imprenditivo e manageriale alla gestione aziendale. La relazione e il confronto tra i partecipanti e tra questi e i docenti, sono propedeutici per individuare azioni e percorsi che, favoriti da un atteggiamento sostenibile, possono sia creare valore nel breve, medio e lungo periodo, sia attivare nuove pratiche, modificare, integrare e arricchire il modello di business, consolidare la reputazione e il posizionamento dell'azienda nella percezione dei Clienti Target.

A chi è rivolto?

10 occupati, appartenenti alle aziende partner, oltre ad altri interessati



Calendario:

partirà il 3 Luglio e terminerà il 19 Dicembre

DAL

LUGLIO
3

AL

DICEMBRE
19

Ore totali:



60 ORE
aula virtuale

+



60 ORE
study-visit +
project work/studio

=



120 ORE

Metodologia:

La metodologia utilizzata è di **tipo laboratoriale** con un elevato coinvolgimento dei partecipanti per aiutarli a sviluppare un originale modello di business, applicabile alla loro organizzazione, utilizzando lo schema che evidenzia il processo di creazione del valore.

Per iscriversi?

Contattare la Segreteria del corso all'indirizzo e-mail progetti@isre.it o telefonare al numero 041.5498534

Programma completo del corso:

01

PRESENTAZIONE CORSO

VENERDÌ

03/07/2020
16.30-18.30

SABATO

04/07/2020
09.30-12.30

- Presentazione corso, presentazione corsisti, docenti e metodologia;
- Essere socio, essere imprenditore di se stesso;
- Indicazioni e suggerimenti da parte dei partecipanti;
- Temi generali della azienda responsabile e sostenibile;
- Glossario generale per introdurre i temi e i termini che verranno trattati durante il corso;
- Indicazioni Bibliografiche.

02

ELEMENTI DELLA CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY (CSR)

VENERDÌ

17/07/2020
16.30-18.30

SABATO

18/07/2020
09.30-12.30

- Parliamo di CSR/RSI cioè di sostenibilità, responsabilità, rispetto dell'ambiente;
- L'azienda deve fare i conti con la CSR perché il consumatore è cambiato: più sociale, più informato, più attento ai prodotti sostenibili, all'impatto sociale delle aziende, in primis nel proprio territorio;
- Dalle 4P alle 7P: Product, Price, Place, Promotion perché non diventino obsolete vanno integrate con le 3 nuove P di People, Planet e Profit;
- Se poniamo al centro il consumatore allora l'azione si focalizza sul cliente con le 4C: Customer Value, Customer Costs, Customer Convenience, Customer Communication;
- Quali sono le nuove frontiere del e-marketing facendo uso intensivo della ICT?
- Indicazioni Bibliografiche ed esercizio casa/lavoro

L'esercizio può consistere nel chiedere ai partecipanti di verificare nella loro azienda la sensibilità ai temi della sostenibilità e responsabilità. In questo modulo si introducono i temi generali della CSR/RSI e della sostenibilità, non solo teoria ma anche utilizzando esempi e casi aziendali. In particolare verrà messa in evidenza la necessità che l'azienda cambi perché i consumatori sono già cambiati anzi sono in costante cambiamento ed evoluzione.

03

I CAPITALI AZIENDALI

VENERDÌ

04/09/2020
16.30-18.30

SABATO

05/09/2020
09.30-12.30

- Quali sono i Capitali dell'azienda?
- I capitali aziendali e il Modello di Business, definizioni
- Il Capitale Finanziario, evoluzione del capitale Finanziario
- Il Capitale Produttivo
- Il Capitale Intellettuale
- Il Capitale Umano
- Il Capitale Sociale-Relazionale
- Il Capitale Ambientale
- Casi aziendali ed esempi concreti
- Indicazioni Bibliografiche

In questo modulo si introduce il concetto dei Capitali presenti in ogni azienda e organizzazione.

Individuali e capirli significa valutarne il peso in azienda e l'apporto che possono dare nella creazione del valore nel breve, medio e lungo periodo.

In particolare sarà necessario sottolineare l'importanza che il loro utilizzo combinato esercita nello sviluppo del modello di business dell'organizzazione.

Il riferimento ad alcuni casi aziendali aiuta a capire l'importanza di questa metodologia di analisi.

04

COME GESTIRE E RAFFORZARE IL CAPITALE UMANO

VENERDÌ

18/09/2020
16.30-18.30

SABATO

19/09/2020
09.30-12.30

- Il cambiamento di ruolo nella responsabilità delle risorse umane all'interno di modelli aziendali sempre più multiculturali e internazionali
- Legami tra innovazione, competitività e gestione delle risorse umane
- Come promuovere e governare processi che favoriscano il benessere organizzativo del personale
- Avviare percorsi virtuosi di Responsabilità Sociale d'Impresa
- Casi aziendali ed esempi concreti
- Indicazioni Bibliografiche ed esercizio casa/lavoro

In questo modulo si farà un focus sulla "gestione" delle persone, elemento centrale per i processi di innovazione, sviluppo e di comprensione dei processi di sostenibilità e responsabilità sociale e del loro impatto sul cambiamento dell'organizzazione. Riconoscendo in tal modo la centralità del fattore umano nelle organizzazioni.

L'esercizio riguarda sempre la verifica presso la PROPRIA azienda/organizzazione.

05

IL MONDO CAMBIA, ED È CAMBIATO ANCHE IL CLIENTE

VENERDÌ

02/10/2020
16.30-18.30

SABATO

03/10/2020
09.30-12.30

- Il cliente è cambiato, come la connettività ha rivoluzionato il comportamento
- Dalle 4P alle 4C in logica CSR, product oriented, Customer oriented, Human oriented approach
- Dal mercato al cliente: chi sono i tuoi clienti e come conoscerli. Survey, Focus Group, Personas
- Alla luce dello scenario attuale, quali sono gli elementi necessari a conoscere e soddisfare il cliente
- Creare una persona e una proposta di valore "irresistibile"
- Come gestire il cliente tra sostenibilità e omnichannel, il CRM, dall'awareness al post acquisto
- Indicazioni Bibliografiche

In questo modulo si affrontano le tematiche che più direttamente riguardano l'organizzazione nel rapporto che ha con il suo stakeholder più importante: il Cliente. È indispensabile avere un nuovo e diverso approccio per corrispondere alle esigenze di questo "strano" cliente che cambia in continuazione e che costringe al cambiamento le organizzazioni.

06

QUALI STRUMENTI PER COMPRENDERE IL NUOVO CLIENTE E INNOVARE IL BUSINESS. IL MODEL BUSINESS CANVAS

VENERDÌ

16/10/2020
16.30-18.30

SABATO

17/10/2020
09.30-12.30

- L'impatto della CSR nelle diverse aree del business model, dal rispetto delle leggi ad un nuovo modello di business
- Come cambia il marketing in un'azienda sostenibile, Marketing vs CSR: perché, chi, cosa, come, quando
- Il Business Model Canvas: creare valore per il cliente
- Come disegnare i Canvas: un case internazionale ed uno costruito in aula
- Case study: Patagonia e F.lli Carli
- Casi pratici: le esperienze attuali e possibili dei partecipanti

Esercitazione: utilizzare 2 esperienze delle aziende presenti

- Indicazioni Bibliografiche
- Esercizio a casa/lavoro

In questo modulo si affrontano le tematiche che più direttamente riguardano il nuovo e diverso approccio necessario per corrispondere alle esigenze di questo "strano" cliente che cambia in continuazione impone un nuovo o comunque diverso modello di Business.

Il Business Model Canvas viene utilizzato come strumento per fare il check al proprio modello di business, per vederlo, cambiarlo e tenerlo in costante aggiornamento.

In questo modulo si focalizza l'attenzione posta dal cliente sulle tematiche CSR e come queste debbano essere recepite e utilizzate dall'organizzazione per poi essere trasferite per far percepire il valore offerto.

07

IL MODELLO DI BUSINESS DELLE AZIENDE SOSTENIBILI

VENERDÌ

30/10/2020
16.30-18.30

SABATO

31/10/2020
09.30-12.30

- Le aziende sono diventate sostenibili
- Le B-Corp
- Le Società Benefit
- Il Modello di Business di una B-corp Italiana: testimonianza di Dorica (<http://dorica.com/>)
- Indicazioni Bibliografiche
- Esercizio a casa/lavoro

Dopo l'introduzione al mondo delle B-Corp e delle Società Benefit, in questo modulo, tramite la testimonianza di Dorica, si entra nel merito dei vantaggi e degli effetti benefici che un nuovo modello di business, sostenuto da un atteggiamento e una azione sostenibile e l'utilizzo di questi strumenti diventa indispensabile per far sì che interne ed esterne ma soprattutto, può creare il rapporto tra organizzazione e suoi stakeholders. Aumenta il valore creato dall'azienda.

08

I SISTEMI DI GESTIONE SOCIALI E AMBIENTALI PER L'INNOVAZIONE

VENERDÌ

06/11/2020
16.30-18.30

SABATO

07/11/2020
09.30-12.30

- I principali sistemi di gestione sociale ed ambientale
- Guida alla responsabilità sociale d'impresa secondo la ISO 26000:2010
- Gli stakeholder nei sistemi sociali e loro coinvolgimento per modelli di gestione aziendale evoluta
- Esercizio a casa/lavoro: individuazione degli stakeholder, delle loro aspettative e dei principali impatti (positivi e negativi) sociali

In questo modulo si presentano e si analizzano gli strumenti utilizzabili per "organizzare" l'azienda in modo da saper individuare l'impatto che essa ha per i suoi stakeholder. La valutazione di questi impatti sarà demandata al modulo successivo e fungerà da base per le future attività comunicative (bilancio di sostenibilità)

La comprensione e l'utilizzo di questi strumenti diventa fondamentale per far sì che l'approccio sociale non si riduca ad una fotografia passiva delle scelte aziendali, ma le orienti a livello sistemico in ogni fase e processo.

09

L'ANALISI DI MATERIALITÀ E DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO COME STRUMENTO PER LA DEFINIZIONE DEI PRINCIPALI IMPATTI SOCIALI

VENERDÌ

13/11/2020
16.30-18.30

SABATO

14/11/2020
09.30-12.30

- L'analisi del contesto di riferimento: come si individuano e definiscono gli stakeholder interni ed esterni (revisione esercitazione modulo precedente)
- Come definire gli impatti sociali legati ad ogni stakeholder e come "misurare" l'andamento delle performance aziendali collegate alle relative aspettative
- Come implementare un piano di monitoraggio della Supply Chain
- Esercizio a casa/lavoro: definizione di indicatori di monitoraggio numerici per la valutazione delle performance aziendali e della Supply Chain

In questo modulo si presentano e si analizzano le modalità con cui l'organizzazione capisce come definire il livello di priorità dei propri impatti sui rischi e le aspettative degli stakeholder. Si comprende come misurare le relative performance e come gestire elementi di criticità. Come raccogliere dati ed evidenze oggettive su cui porre target ed obiettivi (interni e relativi alla propria catena di valore) che porteranno poi alla possibilità di comunicare attraverso un bilancio sociale.

10

IL BILANCIO SOCIALE E REPORT DI SOSTENIBILITÀ PER L'INNOVAZIONE

VENERDÌ

27/11/2020
16.30-18.30

SABATO

28/11/2020
09.30-12.30

- Cosa è un Bilancio Sociale
- Perché e chi lo deve preparare: dalla DNF alla rendicontazione volontaria.
- Alcuni esempi di sistemi di rendicontazione.
- Indicazioni Bibliografiche
- Esercizio a casa/lavoro

In questo modulo si presentano e si analizzano gli strumenti utilizzabili per "raccontare" l'azienda e l'impatto che essa ha per i suoi stakeholder. La comprensione e l'utilizzo di questi report diventa indispensabile per cogliere il valore creato dall'organizzazione a corredo ma anche a prescindere dalle sue performance quantitative.

11

COSTRUIRE IL PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA

VENERDÌ

04/12/2020
16.30-18.30

SABATO

05/12/2020
09.30-12.30

Accenni a Comunicazione Istituzionale, Comunicazione Interna e Comunicazione di Prodotto (o marketing) con simulazioni e stesura di una bozza di piano di Comunicazione Integrata con allocazione di un Budget ipotetica, attribuzione a ogni Tipologia (istituzionale, marketing, interna) della percentuale di investimento e scelta di adeguate discipline, strumenti e mezzi (Communication Mix).

Esercitazione: si prenderanno in considerazione 1-2 aziende reali (che operano nel territorio) o simulate e che vogliono (devono) riposizionarsi sia in termini di prodotto/offerta sia in termini di ruolo aziendale. Rispondendo alle domande:

- Cosa fare con i Clienti?
- Cosa fare con il prodotto?
- Come valorizzare le risorse Interne? Siamo pronti ad affrontare la sfida che il doversi rinnovare (impone)?

12

PRESENTAZIONE DELLE TESINE, RIFLESSIONI E CONCLUSIONI

VENERDÌ

18/12/2020
16.30-18.30

- I partecipanti al corso presentano le loro tesine
- **Riflessioni conclusive.**
- Un confronto tra i partecipanti.

SABATO

19/12/2020
09.30-12.30