

Scenariusz szkolenia

Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu

Realizowany w ramach projektu „Dobre praktyki w obszarze edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju”

W obecnych czasach nie da się już prowadzić firmy, bez spojrzenia na otoczenie i zadbanie o nie. Tego, coraz częściej, wymagają zarówno klienci, jak i pracownicy. Sam ECSR, czyli ekologiczna społeczna odpowiedzialność biznesu jest też dla firm długofalowo opłacalny, nie tylko wizerunkowo, ale też finansowo. Niniejszy scenariusz pozwoli na ugruntowanie wiedzy z zakresu ECSR oraz jej praktycznych zastosowań.

Formalności dotyczące szkolenia

CZAS TRWANIA: czas całkowity - 16h

Ilość spotkań i ich czas trwania uzależniony od trenera prowadzącego szkolenie.

GRUPA ODBIORCÓW:

Pracownicy mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

ILOŚĆ UCZESTNIKÓW: 10-15 osobowe grupy

CELE SZKOLENIA:

- Wzrost świadomości ekologicznej uczestników,
- Rozwój proekologicznych postaw względem życia codziennego oraz biznesu,
- Uświadomienie istoty wprowadzania eko-znakowania, uwzględniania problemów ekologicznych,

POTRZEBNE NARZĘDZIA:

laptop, arkusze papieru A3 / bloki z flipchartu, A4, markery, długopisy, karteczki post-ity.

Szkolenie składa się z części teoretycznych oraz praktycznych

CZĘŚĆ TEORETYCZNA:

Prowadzona będzie z wykorzystaniem wykładu trenera opatrzonego definicjami, pojęciami teoretycznymi, zbiorami danych.

CZĘŚĆ PRAKTYCZNA:

Prowadzona będzie m.in. z wykorzystaniem dyskusji, burzy mózgów, map myśli, gier, pracy w grupach.

KLUCZOWE ZAGADNIENIA:

Ekologia, społeczna odpowiedzialność biznesu, zachowania proekologiczne, eko-znakowanie

METODY PRACY:

Dyskusje, praca indywidualna, praca w grupie, praca na case studies, prezentacje

ZAŁĄCZNIKI:

Karty pracy, prezentacja, program szkolenia, karta ewaluacji.

CZĘŚĆ 1:

ZAPOZNANIE UCZESTNIKÓW ZE SOBĄ I Z TRENEREM

Czas trwania: 1h + 10 min przerwy kawowej

- Przedstawienie trenera
 - Przedstawienie projektu i tematyki szkolenia
- Zapoznanie uczestników i trenera za pomocą kart metaforycznych
 - Opracowanie zasad współpracy podczas szkolenia



Przebieg szkolenia

ZAPOZNANIE UCZESTNIKÓW ZA SOBĄ I Z TRENEREM

1. Przedstawienie trenera i projektu

Czas trwania: 15 minut

Trener prowadzący szkolenie wita się z uczestnikami, opowiada o swoim doświadczeniu, czym się już do tej pory zajmował, jakie szkolenia prowadził, wszystko co uzna za odpowiednie w kontekście przedstawienia się.

Następnie w skrócie opowiada o projekcie i zajęciach, które będzie prowadzić.

PROJEKT: „Dobre praktyki w obszarze edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju”

Komentarz dla prowadzącego:

Celem projektu było nawiązanie współpracy z organizacjami z krajów UE w obszarze zrównoważonego rozwoju oraz wymiana wiedzy w zakresie edukacji /szkolenia liderów i menadżerów przedsiębiorstw w tym zakresie. Razem z irlandzkim partnerem EDU SMART opracowany został raport dobrych praktyk na temat efektywnej

edukacji i szkolenia menażerów MMSP oraz pilotażowe programy szkoleniowe wraz z edukacyjnymi narzędziami multimedialnymi.

Niniejsze szkolenie powstało jako pilotażowy program szkoleniowy, który przeprowadzony będzie wśród pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

SZKOLENIE: „Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu”.

Komentarz dla prowadzącego:

Podczas dzisiejszego szkolenia skupimy się na tym co firmy, zarówno mikro, małe jak i średnie mogą zrobić na rzecz swoich pracowników, społeczeństwa, lokalnej społeczności, a przede wszystkim klimatu i kształtowania postaw proekologicznych.

Omówimy kwestie związane z kreowaniem postaw, wprowadzania zasad ekologicznej społecznej odpowiedzialności biznesu, zasadności i przydatności takich zmian, a także kształtować będziemy praktyczne umiejętności w tym zakresie.

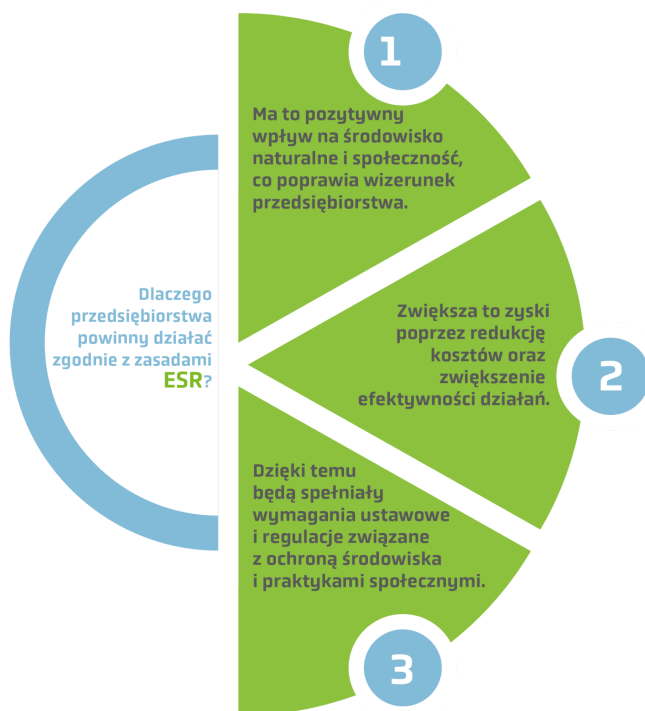
Szkolenie w którym bierzecie udział uwzględnia zarówno przekazanie treści teoretycznych, jak i kształtowanie praktycznych umiejętności.



Co to jest Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu?

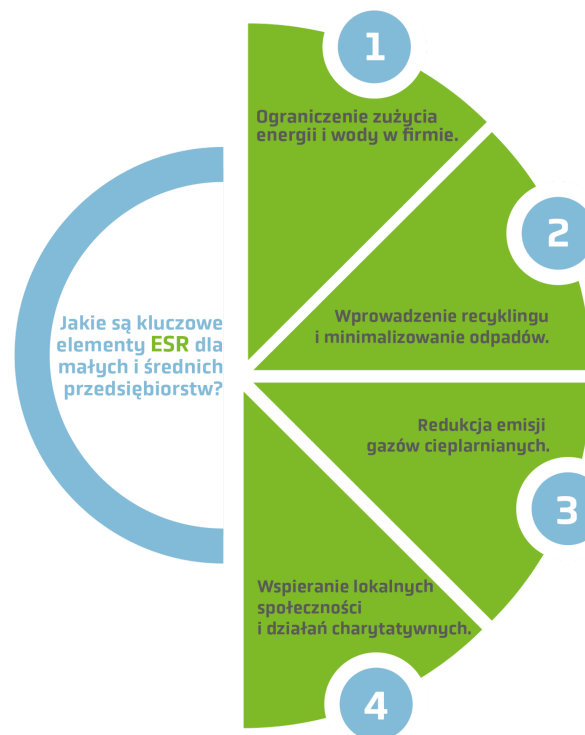
- Ekorozwój to podejście biznesowe, które zakłada uwzględnienie wpływu działań przedsiębiorstwa na środowisko naturalne i społeczność.
- Odpowiedzialne działania biznesowe obejmują podejmowanie decyzji i działań, które zapewniają zrównoważony rozwój.

Dlaczego małe i średnie przedsiębiorstwa powinny działać zgodnie z zasadami ESR?



- Pozytywny wpływ na środowisko naturalne i społeczność, co poprawia wizerunek przedsiębiorstwa.
- Zwiększenie zysków poprzez redukcję kosztów oraz zwiększenie efektywności działań.
- Spełnienie wymagań ustawowych i regulacji związanych z ochroną środowiska i praktykami społecznymi.

Jakie są kluczowe elementy ESR dla małych i średnich przedsiębiorstw?



- Ograniczenie zużycia energii i wody w firmie.
- Wprowadzenie recyklingu i minimalizowanie odpadów.
- Redukcja emisji gazów cieplarnianych.
- Wspieranie lokalnych społeczności i działań charytatywnych.

Jakie korzyści przynoszą przedsiębiorstwom działania zgodne z zasadami ESR?



- Poprawa wizerunku przedsiębiorstwa.
- Zwiększenie zaangażowania pracowników i klientów.
- Redukcja kosztów poprzez zmniejszenie zużycia zasobów i energii.
- Możliwość zdobycia nowych klientów poprzez wyróżnienie się na tle konkurencji.

Jakie narzędzia i standardy mogą pomóc w wdrażaniu ESR w małych i średnich przedsiębiorstwach?

- Global Reporting Initiative (GRI) - standard raportowania zrównoważonego rozwoju.
- ISO 14001 - standard zarządzania środowiskowego.
- Etykiety ekologiczne, takie jak Energy Star lub EU Ecolabel, które pomagają klientom rozpoznać produkty przyjazne dla środowiska.
- Innowacyjne technologie i rozwiązania, takie jak odnawialne źródła energii i inteligentne systemy zarządzania.



2. Ćwiczenie zapoznawcze dla uczestników:

Kim jesteś, co tu robisz?

Czas trwania: 30 min

- **Cel:** przedstawienie się, wzajemne poznanie, identyfikacja motywacji i celu uczestnictwa w szkoleniu.
- **Materiały:** karty metaforyczne (w załącznikach do szkolenia)
- **Przebieg:**

Trener siada z uczestnikami w kole, kładzie karty na podłodze lub stole, każdy z uczestników wybiera 2 karty, z których:

1. karta opisuje w jakiś sposób danego uczestnika - cechy charakteru, zachowania, hobby, itd.
2. karta opisuje oczekiwania wobec szkolenia, co chciałby zyskać w wyniku udziału w szkoleniu i projekcie.

Uczestnicy mają maksymalnie 10 minut na to, żeby wybrać po 2 karty, a następnie każdy indywidualnie odnosi się do wybranych kart, pokazując je pozostałym uczestnikom oraz trenerowi. Każdy z uczestników opowiada o wybranych przez siebie kartach i dodaje swoje imię.

Trener również wybiera swoje karty i opowiada o nich – na początku (jeżeli grupa nie jest chętna, żeby rozpocząć) lub na końcu.

3. Tworzenie zasad pracy podczas szkolenia

Czas trwania: 15 min

- **Cel:** przygotowanie podstawowych zasad, które będą obowiązywać podczas szkolenia/ń, pomoże to zorganizować grupę i w przypadku pojawiających się trudności zawsze można odwołać się do wcześniej przygotowanego kontraktu. Powinien on wisieć w sali szkoleniowej przez cały czas trwania spotkania.
- **Materiały:** duża karta z bloku flipchart lub brystol A2, flamastry w różnych kolorach.
- **Przebieg:** Przed rozpoczęciem właściwego szkolenia działań i warsztatów grupowych trener razem z uczestnikami przygotowuje kontrakt, czyli zestaw reguł, które będą obowiązywać podczas szkolenia. Pyta uczestników jakie zasady byłyby dla nich ważne w grupie i zapisuje wszystko na dużej kartce flipchart powieszonyj w centralnej części sali. Uczestnicy mogą również samodzielnie wpisywać zasady na kartkę.

Przykładowe propozycje zasad dla trenera:

słuchamy siebie nawzajem, nie przerywamy, przychodzimy na czas, zasada 4 ścian (wszystko co mówimy na szkoleniu pozostaje w sali), nie korzystamy z telefonu, nie oceniamy wypowiedzi innych osób, itd. Wszystko to, co jest potrzebne uczestnikom i trenerowi.

CZĘŚĆ 2:

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

z naciskiem na aspekt ekologiczny

Czas trwania: 2h 45 min + 20 min przerwy kawowej

- Zagadnienia teoretyczne
 - Jak wprowadzać CSR do biznesu
- Ekologiczne aspekty Społecznej Odpowiedzialności Biznesu
 - Praktyczne ćwiczenia z zakresu CSR i ECSR

Przebieg szkolenia

Rozpoczęcie tej części poprzedza 10 minutowa przerwa kawowa dla uczestników.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU z naciskiem na aspekt ekologiczny

1. Czym jest Społeczna Odpowiedzialność Biznesu?

Czas trwania: 30 minut

Podczas dzisiejszego szkolenia nie będziemy skupiać się tylko na zagadnieniach teoretycznych, jednak są one konieczne aby przejść do ćwiczenia praktycznych umiejętności.

DYSKUSJA (czas trwania 15 min)

Zanim trener rozpocznie prezentację teoretyczną, pyta uczestników czy spotkali się już z pojęciem Społecznej Odpowiedzialności Biznesu i czym ona dla nich jest?

Każdy z uczestników ma możliwość wypowiedzenia się i podania przykładów dobrych praktyk, które zna.

Przykładowe pytania, które może zadać trener:

1. Czy spotkali się już Państwo z pojęciem CSR, jak myślicie, co ono oznacza?
2. Czy znacie jakieś dobre praktyki wykorzystania CSR w codziennej pracy?
3. Jakie aspekty CSR wprowadzane są w waszej firmie?

Najprostszą definicją CSR jest: „**odpowiedzialność organizacji za wpływ jej decyzji i działalności na społeczeństwo i środowisko, poprzez przejrzyste i etyczne zachowanie, które uwzględnia m.in. oczekiwania interesariuszy, jest zgodne z prawem, wpływa pozytywnie na zrównoważony rozwój, przyczynia się do dobrobytu społeczeństwa**” (ISO 26000, 2011)

Społeczna Odpowiedzialność Biznesu, to wpływ biznesu na ład organizacyjny, prawa człowieka, stosunki pracy, ochronę środowiska naturalnego, relacje z konsumentami czy zaangażowanie społeczne.

CSR przejawia się głównie poprzez:

- Usprawnienie zarządzania poprzez dokładne rozpoznanie potrzeb interesariuszy,
- Wzrost konkurencyjności firmy na rynku poprzez zaangażowanie się w działania społeczne, ekologiczne,
- Ekologiczną odpowiedzialność firmy, czyli podjęcie działań ograniczających negatywny wpływ na środowisko naturalne, w



szczegółności wykonania produktu z materiałów nieszkodliwych dla środowiska naturalnego, oszczędności energii, wody i innych materiałów, a także stosowanie recyklingu.

Przykłady

- 1. Działanie na rzecz najbliższej okolicy:** wspieranie przez firmę osób, instytucji lub organizacji w swojej lokalnej społeczności w odpowiedzi na potrzeby i problemy mieszkańców. Wiele wiejskich i miejskich osiedlowych sklepów w czasie epidemii w 2020 r. zainicjowało dostawy zakupów do domu, widząc, że ich klienci byli na kwarantannach albo po prostu woleli zostać w domu.
- 2. Działania ekologiczne:** działanie na rzecz zminimalizowania negatywnego wpływu firmy na środowisko lub które chronią środowisko. Firma postanowiła pomóc polskiej przyrodzie i zagrożonym gatunkom zwierząt, skupując dla Biebrzańskiego Parku Narodowego działki obejmujące tereny, które potrzebują ochrony.
- 3. Kampanie społeczne** Podejmowanie tematu związanego z działalnością firmy i planowanie działań, które zmienią zachowanie klientów na lepsze lub zwiększą ich świadomość na ważny dla firmy temat, lub zaangażują klientów do wskazanego przez firmę działania. Firma z branży kosmetycznej zauważyła problem presji wywieranej przez media społecznościowe na nastolatków i nastolatki i przez krótki film pokazujący jak wiele wysiłku młodzi ludzie wkładają w modyfikowanie swojego wizerunku chce pokazać nauczycielom i rodzicom, że social media obniżają samoocenę dzieci.
- 4. Programy dla pracowników:** Inwestowanie w rozwój zawodowy pracowników czy wyrównywanie szans awansu załogi firm lub wspieranie osób zagrożonych wykluczeniem Firma zatrudniająca dużo osób z zagranicy, zorganizowała dla nich darmowe lekcje języka, dzięki czemu poczuli się pewniej w nowym kraju.
- 5. Wspieranie klienta w dokonywaniu etycznego zakupu** poprzez informowanie np. o wpływie kupowanego przez nich produktu na środowisko czy pochodzeniu składników z plantacji, na których pracownicy są godnie wynagradzani. Firma produkująca kawę oznacza swoje ziarna znakiem, którego mogą używać tylko firmy kierujące się takimi wartościami jak wspieranie ekologicznych upraw, szkolenie plantatorów kawy w zakresie zrównoważonego rolnictwa i nie łamanie praw pracowniczych np. poprzez zatrudnianie dzieci albo złe warunki pracy.
- 6. Wolontariat pracowniczy:** Chętne osoby mogą w ramach swoich godzin pracy wspierać inicjatywy prospołeczne. Firma



nawiązała współpracę ze schroniskiem. Pracownicy mogli zgłosić się i spędzić wybrane dwa dni w roku na spacerach z psami zamiast w biurze.

- 7. Etyczni i ekologiczni dostawcy:** Korzystanie z usług firm, które dbają o swoich pracowników, uczciwie traktują swoich kontrahentów i minimalizują swój negatywny wpływ na środowisko. Firma przygotowała kodeks postępowania przy nawiązywaniu współpracy z nowymi kontrahentami. Muszą oni spełniać kryteria społeczne i środowiskowe, które są zgodne z wartościami przyjmowanymi w firmie.

2. Czym jest Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu?

Czas trwania: 30 minut

1. Ujęcie teoretyczne (10 min)

Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu to „zestaw działań proekologicznych, za pomocą których dąży się do częściowej lub całkowitej eliminacji negatywnego oddziaływania firmy na środowisko”.

Aby rozwijać ECSR w Twojej firmie konieczne jest przede wszystkim zapewnienie właściwych kompetencji ekologicznych pracowników.

Ekologiczna społeczna odpowiedzialność biznesu to podejście w którym przedsiębiorstwa biorą na siebie odpowiedzialność za wpływ swoich działań na środowisko naturalne i społeczeństwo.

Przykłady ECSR, które mogą być stosowane w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach:

- Redukcja zużycia energii: Przedsiębiorstwa mogą podjąć szereg działań takich jak: instalacja energooszczędnych urządzeń lub zmiana źródła energii na bardziej ekologiczne, aby zmniejszyć zużycie energii i zminimalizować wpływ na środowisko.
- Recycling: przedsiębiorstwa mogą działać zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju poprzez zapewnienie skutecznego systemu recyklingu odpadów, a także stosowanie produktów i opakowań z materiałów z recyklingu.
- Ochrona wód i gleby: mogą wykorzystywać bardziej ekologiczne technologie i metody produkcji, aby zmniejszyć ilość odpadów i zanieczyszczeń, które wpływają na jakość wody i gleby.
- Promowanie zrównoważonej mobilności: przedsiębiorstwa mogą zachęcać swoich pracowników do korzystania z bardziej ekologicznych metod transportu takich jak rower, transport publiczny, spacer.



- Inwestowanie w zrównoważony rozwój: przedsiębiorstwa mogą inwestować w projekty ekologiczne takie jak instalacja systemów odnawialnych źródeł energii, sadzenie drzew i działania na rzecz ochrony bioróżnorodności.
- Zwiększenie świadomości ekologicznej: przedsiębiorstwa mogą organizować kampanie ekologiczne i szkolenia dla pracowników, aby zwiększyć ich świadomość i zachęcić do podejmowania bardziej ekologicznych wyborów.

2. ĆWICZENIE z zakresu ECSR dla uczestników (20 min):

Cel: zwiększenie świadomości pracowników na temat wpływu działań biznesowych na środowisko i sposobów zmniejszenia tego wpływu poprzez ekologiczną społeczną odpowiedzialność biznesu.

Materiały: flipchart, markery, kartki papieru i długopisy.

Przebieg:

- Trener przedstawia uczestnikom cel ćwiczenia i jeszcze raz mówi dlaczego ekologiczna społeczna odpowiedzialność biznesu jest ważna dla firmy i środowiska
- **Brainstorming:** Trener prosi uczestników o podzielenie się pomysłami na sposoby w jakie firma może zmniejszyć wpływ na środowisko – wszystko zapisuje na przygotowanym flipcharcie.

- **Grupowa dyskusja:** trener dzieli uczestników na grupy i prosi o wybranie 3 pomysłów, które uważają za najważniejsze i opisanie ich w zakresie skuteczności i realności przeprowadzenia.
- Następnie każda z grup omawia wypisane przez siebie wnioski na forum.

3. Przykłady działań związanych z CSR – ćwiczenie

Czas trwania: 30 min

Cel: zapoznanie z praktycznymi przykładami stosowania CSR oraz ECSR w firmach, umiejętność analizy treści pod kątem przydatności wykorzystania dla swojej firmy.

Materiały: Karta pracy nr 1, Karty firm 1-4, kartki A4 do notatek, długopisy.

Przebieg: Trener dzieli uczestników na 4 grupy i każdej rozdaje opis przykładu praktyki CSR (Karty firm 1-4).

Grupa ma 10 minut na zapoznanie się z praktyką, wypisanie najważniejszych jej cech, a następnie opowiedzenie w skrócie, przed grupą jakie zauważa charakterystyczne cechy zaprojektowanej kampanii. Następnie każda z grup wypełnia kartę pracy nr 1 na której



wypisuje jej zdaniem najważniejsze cechy każdej z przedstawionych praktyk.

Każda z grup przedstawia przygotowane podsumowania.

Następnie odbywa się dyskusja na temat tego dlaczego jedne z firm oceniane są przez uczestników lepiej, a inne gorzej.

Czy podczas przedstawionych podsumowań powieliły się któreś z wniosków uczestników na temat wyszczególnionych metod CSR i ECSR.

4. Przerwa kawowa dla uczestników

Czas trwania: 20 min

Po przerwie kawowej trener powinien przeprowadzić ćwiczenie aktywizujące grupę, które zwiększy poziom zaangażowania i energii pracowników.

ENERGIZER:

Czas trwania: 15 min

Po powrocie z przerwy kawowej, aby zwiększyć poziom uwagi i koncentracji grupy, trener przeprowadza ćwiczenie energetyzujące.

Przygotowanie: Dzielimy grupę na 3 drużyny. Każda z drużyn otrzymuje jeden przedmiot. (trener przygotowuje wcześniej wszystkie

przedmioty, np. Zszywacz, długopis, notatnik, gąbka do mycia naczyń, pudełko, itp).

Zadanie: każda grupa wymyśla jak największej możliwych zastosowań danego przedmiotu. Im kreatywniej tym lepiej, ale każde zastosowanie powinno być uzasadnione. Trener daje grupom 10 minut na przygotowanie pomysłów, następnie każda grupa przedstawia w formie kalamburów (pokazują bez użycia słów) wymyślone przez siebie zastosowania.

Zadaniem pozostałych osób jest odgadnięcie danego zastosowania.

4. Ćwiczenie „Zaprojektuj działanie proekologiczne dla swojej firmy”

Czas trwania: 1h

Cel: Przećwiczenie nabytej wiedzy w praktyce, usprawnienie pracy w grupie.

Potrzebne materiały: Karta pracy nr 2

Przebieg: Trener dzieli uczestników szkolenia na 4 grupy, średnio po 3 osoby na grupę poprzez odliczenie do 3.

Każda grupa znajduje sobie miejsce w innej części sali szkoleniowej. Trener rozdaje każdej z grup wydrukowane karty pracy w rozmiarze A3 oraz 1 pustą kartkę na dodatkowe notatki. Każda grupa ma 40 minut

na to, żeby opracować pomysł na praktykę ESCR, którą można by przeprowadzić w swoich firmach.

Grupy powinny określić:

1. Do kogo skierują prowadzony przez siebie projekt - odbiorcy i cel
2. Narzędzia realizacji wyznaczonego sobie celu
3. Dokładny opis realizowanego przez Was projektu
4. Korzyści jakie odniesie Wasza firma w wyniku realizacji projektu

Gdy grupy są już gotowe – przedstawiają przygotowane pomysły na forum, a pozostali uczestnicy oceniają zaproponowane pomysły.

5. Przerwa obiadowa dla uczestników

Czas trwania: 45 min

CZĘŚĆ 3:

WYMIARY SPOŁECZNEJ

ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Czas trwania: 2,5h (w tym 15 min przerwy kawowej)

- Jak kształtować wymiary CSR
- Jak dbać o prawidłową komunikację w firmie i komunikację z klientem
 - Jak działać eko dla firmy

Przebieg szkolenia

Rozpoczęcie tej części poprzedza 45 minutowa przerwa obiadowa dla uczestników.

Część ta poświęcona jest praktycznemu i bardziej szczegółowemu ujęciu wymiarów CSR, takich jak: wymiar ekonomiczny, komunikacja w firmie, komunikacja z klientami, budowanie relacji z klientami, wzrost świadomości zmian, wymiar ekologiczny, etyczny, itd.

WYMIARY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Prawidłowa komunikacja w firmie, komunikacja z klientem są podstawowymi zagadnieniami w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Właściwe podstawy komunikacyjne wpływają również na wzmocnienie współpracy, a tym samym przy wprowadzaniu zagadnień i istotności działań pro ekologicznych na szybsze wymyślanie nowych pomysłów i zrozumienie wagi problemu.

Możemy wyróżnić następujące wymiary CSR:

- **Wymiar ekonomiczny:** CSR dotycząca aspektów ekonomicznych obejmuje kwestie takie jak postrzeganie prawa i etyki biznesowej, uczciwe relacje z partnerami biznesowymi,

transparentność finansowa i podejmowanie działań mających na celu poprawę kondycji finansowej firmy.

- **Wymiar środowiskowy:** obejmuje kwestie takie jak ograniczanie emisji gazów cieplarnianych, redukcja zużycia energii i wody, ochrona bioróżnorodności, zrównoważone wykorzystanie zasobów naturalnych i minimalizowanie wpływu na środowisko.
- **Wymiar społeczny:** obejmuje kwestie podejmowania działań na rzecz dobra społecznego, dbanie o prawa pracowników i zapewnianie im bezpiecznych warunków pracy, promowanie równości i różnorodności oraz angażowanie się w lokalną społeczność.
- **Wymiar etyczny:** powiązany jest z przestrzeganiem standardów etycznych i moralnych. Zapobieganie korupcji i łamaniu praw człowieka, a także podejmowanie działań w celu wyeliminowania dyskryminacji i nieuczciwej konkurencji.
- **Wymiar kulturowy:** obejmuje kwestie takie jak szacunek dla kultury, tradycji i zwyczajów lokalnych społeczności, a także angażowanie się w działania kulturalne oraz eliminowanie szkodliwych praktyki takich jak wykorzystywanie kultury w celach komercyjnych bez zgody właścicieli.



1. Zagadnienia komunikacji w firmie

Czas trwania: 1h

Właściwa komunikacja jest podstawą wszystkich procesów, szczególnie związanych ze współpracą, tworzeniem nowych rozwiązań, usprawnień, pozyskiwania kontraktów i projektów.

Na początek trener przeprowadza krótkie ćwiczenie z zakresu prawidłowej komunikacji, żeby pokazać uczestnikom jak istotna jest ona w codziennych sytuacjach.

ĆWICZENIE (czas trwania 20 min)

Trener prosi o zgłoszenie dwóch chętnych ochotników, którzy będą przekazywać informacje pozostałym członkom grupy.

Każdy uczestnik otrzymuje białą kartę papieru A4 oraz długopis.

Przebieg: Prowadzący przygotowuje karty A i B, które zawierają szablon figur geometrycznych. Jedną z nich wręcza osobie pierwszej – ochotnik A, a drugą ochotnikowi B. Ochotnicy nie pokazują kart pozostałym członkom grupy.

Karta A: zadaniem ochotnika jest dokładne wytłumaczenie pozostałym osobom w jaki sposób mają odwzorować rysunek na karcie. Opisuje rysunek szczegółowo, wzajemne położenie figur względem siebie, ich

wielkość, ale co bardzo ważne: nie może powtarzać instrukcji. Osoby, które rysują nie mogą zadawać pytań.

Karta B: Sytuacja podobna, ale z podstawową różnicą: osoby rysujące mogą zadawać dowolne pytania.

Dopiero po narysowaniu drugiego rysunku trener prosi ochotników o pokazanie wzorów, które mieli narysowane na swoich kartkach. Następuje konfrontacja, a następnie omówienie.

Omówienie: Należy porównać rysunki uczestników z przygotowanymi wzorami kart A i B. Ile jest treści z oryginalnego rysunku? Z punktu widzenia komunikacji: jak ona przebiegała? Co można o niej powiedzieć? Co pomagało, a co poprzekadzało w działaniu? Podkreślamy temat komunikacji werbalnej, aktywnego słuchania.

DYSKUSJA (czas trwania 20 min)

Jak przebiega komunikacja w mojej firmie i jak wpływa ona na realizację zadań i wykonywanie zleceń.

Trener prowadzi dyskusję z uczestnikami i zadaje pytania:

1. Jakie negatywne zjawiska związane z komunikacją pojawiają się u Państwa w firmie?
2. Jakie pozytywne zjawiska związane z komunikacją pojawiają się u Państwa w firmie?



3. Jakie są najlepsze sposoby na zwiększenie skuteczności komunikacji w zespole?
4. Jakie znaczenie Państwa zdaniem ma jasność przekazu komunikacji biznesowej i jak można ją osiągnąć?
5. Jakie narzędzia technologiczne można wykorzystać do ułatwienia komunikacji w firmie?
6. Jakie korzyści może przynieść regularnie szkolenie pracowników z zakresu skutecznej komunikacji?

UJĘCIE TEORETYCZNE

W każdej firmie prawidłowa komunikacja interpersonalna jest kluczowa dla sprawnego i efektywnego funkcjonowania. Komunikacja interpersonalna to sposób w jaki ludzie wymieniają informacje i myśli między sobą, a jej jakość może mieć znaczący wpływ na atmosferę w miejscu [pracy, zadowolenie pracowników i wyniki biznesowe.

Prawidłowa komunikacja interpersonalna w firmie:

1. JASNO WYRAŻAJ SWOJE MYŚLI I ODCZUCIA

Ważne, aby w komunikacji być jasnym i precyzyjnym, aby inni wiedzieli co się dzieje i jakie są Twoje oczekiwania. Unikaj używania niejasnych sformułowań, takich jak „może”, „nie wiem” czy „nie jestem pewien”. Zamiast tego skup się na konkretnych faktach i wyrażaj swoje opinie w sposób otwarty i bezpośredni.

2. BĄDŹ AKTYWNYM SŁUCHACZEM

Aktywne słuchanie, czyli słuchanie z zaangażowaniem i skupieniem pozwala na lepsze zrozumienie perspektyw i potrzeb współpracowników, a także ułatwia wzajemne rozwiązywanie problemów. Słuchaj aktywne, zadawaj pytania i wyrażaj zainteresowanie w rozmowie.

3. UNIKAJ OCENIENIA I KRYTYKI

Ważne, aby unikać oceniania i krytyki innych w firmie, zwłaszcza w sytuacjach, gdy negatywna opinia nie jest konstruktywna i nie wnosi nic w relację współpracy. W przypadku gdy konieczne jest wyrażenie krytyki zrób to w sposób konstruktywny i bezosobowy, a nie personalny.

4. BĄDŹ SZCZERY

We wzajemnej komunikacji stosuj komunikację JA, a nie TY. Jeżeli masz wątpliwości lub problemy wyraż je w sposób szanujący innych, a nie atakujący. Bądź gotowy do słuchania i poszukiwania wzajemnych rozwiązań, które pozwolą dojść do porozumienia.

5. BĄDŹ KULTURALNY

Ważne, aby pamiętać o kulturze organizacyjnej i szanować zasady i normy obowiązujące w firmie. Unikaj obrażania, ignorowania reguł etykiety.



ĆWICZENIE: Aktywne słuchanie (czas trwania 20 min)

Zasady aktywnego słuchania to przede wszystkim:

- Skupienie się na rozmowie, nie rozpraszanie innymi myślami,
- Postawa otwarta, skierowana na rozmówcę,
- Utrzymywanie kontaktu wzrokowego,
- Nie przerywaj rozmówcy, daj mu się swobodnie wypowiedzieć.
- Wycofaj się z rozmowy, gdy pojawiają się silne emocje, które mogłyby zaburzyć rozmowę,
- Prowadź dialog, dopytuj, gdy coś jest dla Ciebie niejasne, niezrozumiałe.

Przebieg: Trener dzieli uczestników na pary i każdemu z nich daje 5 minut na to, żeby opowiedział osobie z pary o jakimś ważnym dla siebie zdarzeniu. Druga osoba z pary podczas słuchania opowieści pierwszej:

- Za pierwszym razem nie słucha tego co jest mówione, rozgląda się, nie skupia wzroku, itd. Nie stosuje zasad aktywnego słuchania
- Za drugim razem osoba słuchająca w pełni stosuje zasady aktywnego słuchania, dopytuje, utrzymuje kontakt wzrokowy.

Po zakończonym ćwiczeniu trener pyta uczestników która forma słuchania była dla nich lepsza i dlaczego.

Jakie korzyści zauważają dla komunikacji w firmie, ze współpracownikami w przypadku stosowania aktywnego słuchania.

2. Przerwa kawowa dla uczestników

Czas trwania: 15 min

3. Zagadnienia komunikacji z klientem

Czas trwania: 1h

ĆWICZENIE: Rola gry w komunikacji z klientem

Czas trwania: 30 min

Cele ćwiczenia:

- Wzmocnienie umiejętności w zakresie komunikacji z klientem
- Rozwój umiejętności rozumienia potrzeb klienta
- Poprawa zdolności do tworzenia pozytywnych relacji z klientem

Przebieg: Trener dzieli uczestników na grupy 2-3 osobowe. Każda para lub grupa otrzymuje kartę na której zawarty jest scenariusz (karty 3-7) sytuacji z klientem dotyczący: reklamacji, zamówienia, prośby o informację, zlecenia realizacji usługi czy opóźnień w realizacji.

Osoby w grupie mają 5 - 10 minut na zapoznanie się ze scenariuszem i wypisanie pomysłów dotyczących prowadzonego dialogu z klientem.



Następnie trener prosi uczestników o zagranie scenariusza, który wylosowali i opisali. Jedna osoba z grupy będzie grała rolę pracownika, a druga klienta. W przypadku 3 osób w grupie, jedna z osób jest obserwatorem.

Po zakończeniu odgrywania trener pyta uczestników o to co sądzą o odgrywanych scenkach, jakie są ich refleksje na temat skuteczności komunikacji z klientem, co by zmienili, co warto byłoby zrobić inaczej lub co warto byłoby powtórzyć w przyszłości.

Trener podsumowuje ćwiczenie dodatkowo pytając: jakie działania pomogły w rozwiązaniu sytuacji, jakie słowa lub gesty były szczególnie skuteczne, jakie strategie pomagają budować pozytywną relację z klientem.

Trener może również wykorzystać nagranie video, aby umożliwić uczestnikom analizę swojego zachowania i słownictwa w trakcie interakcji z klientem. W ten sposób będą mieli możliwość samodzielnej oceny swoich mocnych i słabych stron, a także określenia działań, które można podjąć, aby poprawić jakość swojej komunikacji z klientem.

Teoretyczne ujęcie profesjonalnej komunikacji z klientem (10 min)

Prawidłowa komunikacja z klientem:

1. **Przygotowanie do rozmowy:** Przed rozmową z klientem biznesowym przygotuj się dokładnie. Dowiedz się jakie są cele i wartości firmy klienta, a także jakie działania podejmuje. Znajomość tych informacji pozwoli Ci zrozumieć perspektywę klienta i dostosować swoje argumenty do jego potrzeb.
2. **Pokaż własne zaangażowanie:** podczas rozmowy pokaż swoje własne zaangażowanie w poruszany temat. Opowiedz o działaniach podejmowanych przez Twoją firmę w tym zakresie.
3. **Przedstaw konkretne proponowane rozwiązania:** przedstaw klientowi biznesowemu konkretne propozycje rozwiązań, które pomogą mu w osiągnięciu celów.
4. **Bądź otwarty na dialog:** podczas rozmowy z klientem biznesowym bądź otwarty na wysłuchanie opinii klienta i dialog nad pomysłami. Wykazanie zrozumienia dla jego perspektywy i potrzeb pozwoli na lepszą współpracę i osiągnięcie porozumienia.

PODSUMOWANIE PIERWSZEGO DNIA SZKOLENIOWEGO

Czas trwania: 30 min

1. Trener przypomina cele i główne punkty przeprowadzonego szkolenia.
2. Następnie przeprowadza rundkę podsumowującą wśród uczestników – pyta każdego co wyniósł z dzisiejszego szkolenia, co było dla niego najważniejsze i jakie są jego dalsze oczekiwania.
3. Każdy z uczestników wypisuje na kartce 3 najważniejsze rzeczy, jakie zapamiętał ze szkolenia.
4. Następnie uczestnicy wymieniają się kartkami i próbują wymyślić przykłady zastosowania w praktyce w swoim środowisku 3 wypisanych informacji.
5. Przedstawienie podsumowań na forum.
6. Zakończenie szkolenia. Na koniec warto podziękować uczestnikom za aktywny udział w szkoleniu.

Podsumowanie dnia szkoleniowego pozwoli uczestnikom na lepsze zrozumienie i przyswojenie zdobytej wiedzy, a także na zastosowanie jej w praktyce.

CZĘŚĆ 4:

KSZTAŁTOWANIE POSTAW PROEKOLOGICZNYCH

Czas trwania: 3h (w tym 20 min przerwy)

- Zagadnienia teoretyczne
- Osobowość a postawy pro ekologiczne
 - Eko-znakowanie



Przebieg szkolenia

KSZTAŁTOWANIE POSTAW PROEKOLOGICZNYCH

1. Czy działam proekologicznie? Uwarunkowania postaw

Czas trwania: 45 minut

Trener rozpoczyna część warsztatów dotyczącą kształtowania postaw proekologicznych od dyskusji z wykorzystaniem flipchartu lub dużych kartek z flipchartu.

Na środku kartki pisze hasło: **DZIAŁANIA PROEKOLOGICZNE.**

Każdy z uczestników ma za zadanie wypisanie przykładów działań, które podejmuje w swoim życiu i przyklejenie karteczki post-it do flipchartu. Trener wspólnie z uczestnikami komentuje zapisane odpowiedzi lub jeżeli nie pojawiły się wcale lub pojawiło się ich niewiele – pyta z czego wynika mała ilość podejmowanych działań?

Następnie przeprowadza teoretyczne omówienie zagadnień z jednoczesnym poddawaniem im dyskusji w gronie uczestników.

Czym jest świadomość ekologiczna i jak się przejawia:

Świadomość ekologiczna u dorosłych objawia się przede wszystkim poprzez:

1. Świadome wybory konsumenckie, wybieranie produktów i usług, które są przyjazne dla środowiska, takie jak produkty z recyklingu czy opakowania biodegradowalne.
2. Dbłość o środowisko w domu – oszczędzanie energii i wody,
3. Angażowanie się w działania proekologiczne, takie jak sprzątanie świata czy wolontariat w organizacjach prowadzących działalność proekologiczną,
4. Szukanie sposobów na rozwijanie swojej wiedzy np. Poprzez czytanie książek i artykułów poruszających tematy ochrony środowiska.
5. Dostosowanie stylu życia poprzez np. Ograniczanie podróży samochodem, kiedy nie jest to konieczne, korzystanie z transportu publicznego.

Według badań przeprowadzonych w 2020 roku przez Ministerstwo Klimatu i Środowiska świadomość ekologiczna mieszkańców Polski uległa pozytywnej zmianie, szczególnie w zakresie zachowań konsumenckich. Kupujący coraz częściej zwracają uwagę na ograniczenie zużycia wody oraz wybierają rozwiązania ekologiczne, nawet wtedy, gdy oznacza to dodatkowy koszt. Energię najczęściej oszczędza się poprzez gaszenie światła w nieużywanych pomieszczeniach, jak również stosowanie energooszczędnych źródeł



światła. Jedna trzecia mieszkańców Polski planuje podjęcie dodatkowych działań, które zwiększą efektywność energetyczną i umożliwią zmniejszenie rachunków za energię. Osoby te najczęściej planują zastosować odnawialne źródła energii, bardzo dużo osób decyduje się na fotowoltaiczne pozyskanie energii.

Jakie cechy predysponują nas do większej dbałości i zaangażowania w działania proekologiczne?

- **EMPATIA** – osoby o wysokim poziomie empatii są bardziej świadome potrzeb i problemów innych, w tym także problemów środowiska.
- **ODPOWIEDZIALNOŚĆ** – osoby, które są odpowiedzialne dbają o swoje obowiązki, widzą jaki wpływ ma ich działanie, także na środowisko i starają się je dopasować aby zniwelować negatywne skutki swojego postępowania na środowisko.
- **OTWARTOŚĆ NA NOWE IDEE** – osoby takie są bardziej podatne na przyjmowanie proekologicznych postaw ponieważ podążają za tym co nowe, nieznanne, więc każda informacja, nowe działanie, które mogłoby przyczynić się do poprawy funkcjonowania środowiska jest dla nich fascynujące.
- **ŚWIADOMOŚĆ ŚRODOWISKA**

Osobowość może mieć istotny wpływ na postawę ekologiczną. Cechy osobowości takie jak empatia, odpowiedzialność i otwartość na nowe idee, często prowadzą do bardziej proekologicznej postawy. Natomiast cechy takie jak brak empatii i skłonność do ignorowania problemów społecznych i środowiskowych, mogą prowadzić do mniej proekologicznej postawy. Badania wskazują, że ludzie o otwartych i empatycznych osobowościach są bardziej skłonni do podejmowania działań proekologicznych i dokonywania zmian w swoim stylu życia w celu ochrony środowiska.

Postawy proekologiczne – ćwiczenie

Czas trwania: 30 min

Cel: zachęcenie uczestników do refleksji nad swoimi postawami proekologicznymi oraz podejmowania działań na rzecz ochrony środowiska naturalnego.

Potrzebne materiały: kartki A4 oraz długopisy dla każdego uczestnika.

Przebieg:

- Trener dzieli uczestników na kilka grup (3 lub 4 w zależności od ilości uczestników). Uczestnicy w grupach mają za zadanie na podstawie wcześniej stworzonej listy działań proekologicznych (podczas dyskusji) porozmawiać o tym, co skłoniło ich do podjęcia tych działań. Czy miały one wpływ na ich życie



codzienne, czy na ich zdrowie? Czy były to kwestie ekonomiczne, czy kwestie moralne i etyczne?

- Następnie nadal w grupach uczestnicy opracowują listę barier, które uniemożliwiają podjęcie działań proekologicznych. Trener prosi uczestników, aby wymienili wszystkie czynniki, które utrudniają im podjęcie działań proekologicznych. Mogą to być np. brak czasu, brak wiedzy na temat działań proekologicznych, niskie zainteresowanie, itp.
- Następnie grupy wymieniają się przygotowanymi listami barier. Po zamianie kartek trener prosi uczestników, aby wymyślili konkretne strategie, jakie mogą zastosować, aby pokonać te bariery i podjąć więcej działań proekologicznych. Mogą to być np. uczestnictwo w warsztatach i szkoleniach na temat działań proekologicznych, korzystanie z aplikacji mobilnych, które pomagają w oszczędzaniu energii i wody, itp.

Na koniec grupy przedstawiają wypisane bariery i sposoby ich przezwyciężania.

2. Przerwa

Czas trwania: 15 min

Energizer po przerwie kawowej:

10 min

3. Eko-znakowanie

Czas trwania: 40 min

Dyskusja: 10 min

Trener przeprowadza teoretyczne wprowadzenie do eko-znakowania. Na początek pyta uczestników szkolenia **czy spotkali się z ekologicznymi znakami** na produktach, jeżeli tak, **jakimi** i jakie ich zdaniem mają znaczenie, **po co umieszczać je na produktach?**

Pytania do dyskusji: (przykładowe dla Trenera, który wybiera z nich około 3-4)

1. Dlaczego uważasz, że eko znakowanie jest ważne? Jakie korzyści ma dla środowiska i konsumentów?
2. Jakie są najważniejsze eko znaki w twoim kraju? Czy uważasz, że są one skuteczne w promowaniu produktów przyjaznych dla środowiska?
3. Czy uważasz, że eko znakowanie jest w pełni transparentne i wiarygodne? Czy wiesz, jakie kryteria muszą być spełnione, aby produkt mógł być oznaczony eko znakiem?
4. Jakie wyzwania wiążą się z eko znakowaniem, na przykład w zakresie kontrolowania jakości produktów oznaczonych?
5. Jakie praktyczne kroki możemy podjąć, aby zachęcić więcej firm do stosowania eko znakowania? Czy uważasz, że rządy powinny wprowadzić bardziej rygorystyczne wymagania



dotyczące eko znakowania, aby zmniejszyć wpływ działań człowieka na środowisko naturalne?

6. Jakie rodzaje produktów powinny być oznaczane eko znakami? Czy powinniśmy wprowadzić bardziej szczegółowe i dokładne kategorie eko znakowania, aby wskazywać na produkty o jeszcze mniejszym wpływie na środowisko?
7. Czy uważasz, że eko znakowanie przyczynia się do zwiększenia świadomości społeczeństwa na temat potrzeby ochrony środowiska? Czy istnieją inne sposoby na zwiększenie świadomości ekologicznej?
8. Jakie produkty oznaczone eko znakiem kupujesz i dlaczego? Czy eko znakowanie wpłynęło na twoje decyzje zakupowe?

Teoretyczne ujęcie

Eko-znakowanie to umieszczanie na produktach oznaczeń, które mają na celu informowanie konsumenta o oddziaływaniu towaru na środowisko naturalne. Istnieje wiele rodzajów znaków ekologicznych, w zależności od prowadzonej działalności gospodarczej, grupy towarów, kraju itp.

Etykiety te mogą mieć postać obrazka, symbolu, logo czy też napisu. Jako przykłady organizacji zajmujących się weryfikacją i nadawaniem ekoznaków można podać Polskie Centrum Badań i Certyfikacji oraz Europejską Organizację ds. Ekoznaku. Do popularnych ekoznaków należą: Zielone Płuca Polski, Ekoland, Nie testowano na zwierzętach,

Zielony punkt (Der Grüne Punkt), Znak EKO, Dbaj o czystość – wrzuc do kosza, CE, Euroliść, Margerytka, pętla Mobiusa – recykling, Produkt bezpieczny dla ozonu. Ekologiczne etykiety są oczywistym przekazem dla interesariuszy, że podmiot gospodarczy wyróżnia się od konkurencji i stosuje nowoczesne metody produkcyjne w zakresie ochrony środowiska. Pełnią one także funkcję edukacyjną, gdyż pogłębiają wiedzę klientów o ekologicznych produktach i ich cechach, a zatem zwiększają świadomość społeczeństwa w zakresie ochrony środowiska.

Ekoznakowanie – analiza kart

Trener przedstawia uczestnikom karty z różnymi ekoznakami. Pyta uczestników czy znają wyróżnione znaki i prowadzi dyskusję na temat tego gdzie takie znaki są umieszczane i po co, co dokładnie oznaczają. Które eko znaki mogłyby zostać wykorzystane w branżach firm uczestników?

Eko znakowanie – ćwiczenie

Trener dzieli uczestników na 4 grupy. Każda z grup losuje po 2 różne ekoznaki, z różnych kategorii. Uczestnicy, w grupach omawiają każdy z wylosowanych znaków pod kątem tego jakie są zalety korzystania z produktów oznaczonych tym znakiem oraz jakie korzyści dla środowiska przynosi jego stosowanie.

Następnie każda grupa prezentuje swoje wyniki.

4. Jak kształtować postawę proekologiczną

Czas trwania: 30 min

UJĘCIE TEORETYCZNE: 5 min

Kształtowanie postawy pro ekologicznej może być kluczowe dla poprawy wizerunku firmy, redukcji kosztów i przyczynienia się do ochrony środowiska naturalnego.

Kształtowanie postawy może odbywać się poprzez:

- **Informowanie i szkolenia:** Regularne szkolenia i edukacja na temat działań proekologicznych mogą pomóc w uświadomieniu pracownikom, jakie są korzyści ekologiczne i ekonomiczne wynikające z wdrożenia takich działań. Wszyscy pracownicy powinni być zaznajomieni z podstawowymi zasadami ochrony środowiska oraz przepisami regulującymi kwestie ekologiczne, takie jak segregacja odpadów, ograniczenie zużycia wody, energii elektrycznej, itp.
- **Przykład z góry:** Kierownictwo powinno stanowić dobry przykład, podejmując działania proekologiczne, takie jak korzystanie z energooszczędnych urządzeń, przeprowadzanie audytów ekologicznych i optymalizacja procesów produkcyjnych, aby zminimalizować wpływ na środowisko.
- **Motywacja:** Motywowanie pracowników do działań proekologicznych może zwiększyć ich zaangażowanie w ten temat. Jednym ze sposobów jest nagradzanie pracowników, którzy podejmują działania proekologiczne, takie jak nagrody pieniężne lub nagrody w postaci dni wolnych od pracy. Można także organizować konkursy i programy zachęcające pracowników do podejmowania działań proekologicznych, takie jak zbiórka zużytych baterii czy tonerów.
- **Komunikacja:** Komunikacja wewnętrzna ma kluczowe znaczenie w kształtowaniu postaw proekologicznych. Należy wykorzystać wszelkie dostępne kanały komunikacyjne, takie jak intranet, newsletter, ogłoszenia, a także spotkania z pracownikami, aby przekazywać informacje o działaniach ekologicznych firmy, ich korzyściach oraz sposobach, w jakie pracownicy mogą się przyczynić do ich realizacji.
- **Świadomość:** Konieczne jest również utrzymywanie świadomości ekologicznej wśród pracowników, poprzez regularne przypominanie o korzyściach wynikających z działań proekologicznych oraz o pozytywnych efektach, jakie przynosi podejmowanie takich działań. Można to robić poprzez organizowanie spotkań, prezentacji i debat dotyczących ekologii.



Ćwiczenie praktyczne z kształtowania postaw pro ekologicznych

Czas trwania: 25 min

Cel: poprawa postaw pro-ekologicznych uczestników, praktyczne metody pracy nad postawami.

Przebieg: Trener przedstawia uczestnikom następujący scenariusz:

„Jesteście właścicielami małej kawiarni w centrum miasta. W ostatnim czasie zauważyliście, że coraz więcej klientów wybiera jednorazowe opakowania na kawę zamiast korzystać z kubków wielokrotnego użytku. Chcielibyście zmienić tę sytuację i zachęcić swoich klientów do bardziej ekologicznych wyborów”.

1. Następnie trener dzieli uczestników na mniejsze grupy (2-3 osobowe) i prosi uczestników aby wymyślili pomysły, jak można zmienić postawy klientów i przekonać ich do korzystania z kubków wielokrotnego użytku. W grupach powinni wypracować co najmniej trzy pomysły.
2. Następnie każda grupa powinna przedstawić swoje pomysły reszcie uczestników.
3. Po prezentacji pomysłów, cała grupa razem z trenerem omawia zalety i wady każdego z nich.

4. Następnie grupa wybiera jeden lub kilka pomysłów, które wydają się najbardziej skuteczne i wspólnie, na forum, razem z trenerem w formie dyskusji wypracowuje strategię ich wdrożenia.

Pomoc dla trenera:

Możliwe pomysły na zmianę postaw pro-ekologicznych klientów to:

- Zorganizowanie kampanii informacyjnej na temat ekologicznego stylu życia i wpływu naszych codziennych wyborów na środowisko naturalne.
- Oferowanie klientom zniżki przy korzystaniu z kubków wielokrotnego użytku, np. oferowanie bezpłatnej kawy za każde dziesięć wypełnień kubka.
- Wykorzystanie kubków wielokrotnego użytku jako elementu brandingowego, np. wydrukowanie logo kawiarni na kubkach i oferowanie ich w cenie kawy.

5. Korzyści stosowania społecznej odpowiedzialności biznesu w ekologii

trwania: 30 min

Czas

Cel: Celem ćwiczenia jest zbadanie działań proekologicznych prowadzonych przez firmę Starbucks i ocena ich skuteczności.



Przebieg: Trener dzieli uczestników na grupy i prosi, żeby poszukali oni jak najwięcej informacji na temat pro ekologicznych działań firmy Starbucks..

Uczestnicy opisują jakie konkretnie działania firma podjęła, aby poprawić swoje środowisko i przyczynić się do ochrony środowiska naturalnego.

Oto kilka przykładów jakie mogą wypisać uczestnicy:

- Wprowadzenie odnawialnych źródeł energii (np. panele słoneczne) w celu zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych.
- Zmiana procesów produkcyjnych na bardziej ekologiczne, np. poprzez wykorzystanie materiałów pochodzących z recyklingu, redukcję zużycia wody czy energii, eliminację substancji szkodliwych dla środowiska, etc.
- Prowadzenie programów ochrony bioróżnorodności, np. poprzez sadzenie drzew i roślin, ochronę siedlisk zwierząt, etc.
- Wspieranie społeczności lokalnych, np. poprzez programy edukacyjne, wsparcie dla lokalnych przedsiębiorstw czy organizacji non-profit zajmujących się ochroną środowiska.

Uczestnicy analizują skuteczność działań firmy. Jakie wyniki udało się osiągnąć? Czy udało się zredukować emisję gazów cieplarnianych lub oszczędzić wodę i energię? Czy udało się zwiększyć zielone obszary

lub poprawić jakość powietrza? Czy społeczność lokalna zaangażowała się w działania firmy?

Trener razem z uczestnikami analizuje jakie korzyści przyniosły działania firmy. Czy udało się osiągnąć zyski finansowe dzięki zwiększeniu efektywności procesów produkcyjnych? Czy firma zyskała na renomie dzięki prowadzonym działaniom proekologicznym? Czy angażując społeczność lokalną, firma zyskała lojalnych klientów i pracowników?

6. Przerwa kawowa: 10 min

CZĘŚĆ 5:

EKOLOGICZNA SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

– przegląd narzędzi

Czas trwania: 4h

- Jakie narzędzia można stosować w ESCR
 - Co to zasada 5R
- JEkologiczne aspekty Społecznej Odpowiedzialności Biznesu



Przebieg szkolenia

EKOLOGICZNA SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU

1. Zagadnienia marketingu ekologicznego

Czas trwania: 40 minut

DYSKUSJA: 20 min

Potrzebne materiały: Duża karta a3 lub karta flipchart, karteczki post-it dla uczestników, długopisy.

Przebieg: Trener wraz z uczestnikami przeprowadza dyskusję na temat tego czym jest marketing ekologiczny.

Uczestnicy wypisują na małych kartkach co uważają za marketing ekologiczny, z czym jest on związany, po co powinno się zwracać uwagę na tego typu działania marketingowe.

Każdy z uczestników przykleja karteczkę na dużej kartce flipchart, trener odczytuje pomysły i odnosi się do każdego z nich.

UJĘCIE TEORETYCZNE

Geneza i założenia marketingu środowiskowego:

Koncepcja EM jest ściśle związana z założeniami marketingu społecznego wg do której firma – podejmując decyzje marketingowe – powinna brać pod uwagę potrzeby konsumentów pragnień, wymagań firmy oraz długoterminowych interesów konsumentów i ogółu społeczeństwo. Tworząc strategię marketingowe, firmy powinny szukać równowagi pomiędzy trzema aspektami: zysk firmy, potrzeby konsumentów i interes publiczny.

Pojęcie marketingu przez aspekty związane z troską o dobro publiczne, naturalne środowiska, w tym, wynikała ze świadomości negatywnego wpływu tradycji działania marketingowe, takie jak:

- różne formy nacisku i manipulacji (natrętna sprzedaż, naciskanie na klientów, stwarzanie nadmiernych potrzeb, oszukiwanie),
- standaryzacja zachowań, promowanie niezrównoważonych wzorców konsumpcji,
- skłonność do marnowania towarów lub materiałów (oferowanie produktów nietrwałych)
- wytwarzanie towarów, które szybko stają się przestarzałe, oferując towary, które tego nie robią zaspokojenie określonych potrzeb, pozorna różnorodność produktów),



- nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych i zanieczyszczenie środowiska.

Instrumenty marketingu środowiskowego

Koncepcja EM jest praktycznie realizowana przez narzędzia marketingowe, które tworzą tzw ekologiczna mieszanka marketingowa obejmująca: ekoprodukt, jego cenę, przyjazną dla środowiska dystrybucję i ekopromocję.

Celem ekopromocji jest informowanie o ekologicznych cechach produktu, kreowanie ekologicznego wizerunku firmy i uwrażliwianie konsumentów na środowisko.

Marketing ekologiczny (lub zrównoważony) to podejście marketingowe, które koncentruje się na promowaniu produktów lub usług, które są przyjazne dla środowiska lub zrównoważone w zakresie ich wpływu na środowisko. Oto kilka instrumentów marketingu ekologicznego:

1. Etykiety ekologiczne

Etykiety ekologiczne, takie jak Energy Star lub EU Ecolabel, pomagają klientom rozpoznać produkty przyjazne dla środowiska.

2. Opakowania ekologiczne

Opakowania ekologiczne, takie jak biodegradowalne torby, papierowe torebki lub opakowania z recyklingu, są przyjazne dla środowiska i mogą pomóc w redukcji odpadów.

3. Kampanie reklamowe

Kampanie reklamowe, które skupiają się na ekologicznych cechach produktów lub usług, takie jak redukcja emisji gazów cieplarnianych lub ochrona zasobów naturalnych, mogą pomóc w zwiększeniu świadomości klientów na temat produktów przyjaznych dla środowiska.

4. Promocje ekologiczne

Promocje ekologiczne, takie jak rabaty dla klientów, którzy przynoszą swoje własne torby lub butelki, mogą zachęcić klientów do korzystania z produktów przyjaznych dla środowiska.

5. Media społecznościowe

Media społecznościowe, takie jak Facebook czy Instagram, umożliwiają przedsiębiorstwom dotarcie do szerokiej publiczności i promowanie produktów lub usług przyjaznych dla środowiska.

6. Współpraca z organizacjami pozarządowymi

Współpraca z organizacjami pozarządowymi zajmującymi się ochroną środowiska, takimi jak Greenpeace czy WWF, może pomóc



przedsiębiorstwom w zwiększeniu wiarygodności w zakresie działań związanych z ochroną środowiska.

2. Projektowanie własnej ekokampanii marketingowej.

Czas trwania: 1h

Cel: praktyczne przeciwiczenie teoretycznych zagadnień ekomarketingu

Potrzebne materiały: kartki papieru, długopisy dla każdego uczestnika, laptopy.

Przebieg: Ćwiczenie, które uczestnicy będą wykonywać w parach.

Trener dzieli uczestników na pary poprzez odliczenie do 2.

Trener razem z uczestnikami na forum wypisuje jakie produkty lub usługi firmy mają wpływ na środowisko naturalne. Należy omówić, w jaki sposób można poprawić ich wpływ na środowisko, a także jak można zwiększyć ich wartość ekologiczną.

Tworzenie komunikatów ekologicznych: Uczestnicy razem z trenerem powinni opracowywać komunikaty związane z działaniami ekologicznymi firmy i jej produktów lub usług. Należy omówić, jakie informacje są ważne dla klientów i jakie korzyści ekologiczne wynikają z korzystania z produktów lub usług firmy.

Planowanie kampanii marketingowej:

Uczestnicy w parach po wybraniu produktu wypisanego wcześniej z trenerem na forum opracowują plan kampanii marketingowej, w której promowane są działania ekologiczne firmy lub konkretny produkt związany z ekologią.

Należy omówić, jakie narzędzia marketingowe należy wykorzystać, takie jak strona internetowa, media społecznościowe, materiały promocyjne i reklamy.

Uczestnicy mają 30 minut na przygotowanie pomysłów z wykorzystaniem laptopów lub kartek.

Pary przedstawiają przygotowane koncepcje promocji konkretnego produktu lub firmy.

3. Przerwa obiadowa dla uczestników

Czas trwania: 40 min

4. Wprowadzenie do zasady 5R

Czas trwania: 30 min

UJĘCIE TEORETYCZNE: Zero waste sprowadza się do stworzenia przestrzeni, w której mamy dosłownie brak śmieci. Ten styl najlepiej definiuje pięć słów zaczynających się na literę R, czyli:



Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, Rot.

1. Refuse (Odmawiaj)

Zgodnie z tą zasadą powinniśmy unikać produktów, które są problematyczne przy późniejszym ich przetworzeniu, jak i ponownym użyciu. Dzięki „odmawianiu” możemy realnie zmniejszenie ich produkcję, a co za tym idzie zmniejszyć ilości generowanych odpadów. Przykładem produktów, których powinno się unikać są ulotki, plastikowe, jednorazowe opakowania, torby, próbki kosmetyków.

2. Reduce (Unikaj, Ogranicz)

Zasada **Reduce** przypomina o możliwości zmniejszenia ilości generowanych odpadów poprzez ograniczenie konsumpcji niepotrzebnych produktów. Aby przyczynić się do wypełniania tej zasady, podczas każdego zakupu zastanów się, czy dana rzecz jest niezbędna, oraz z jakiego surowca została wykonana.

3. Reuse (Użyj ponownie)

W myśl zasady **Reuse** należy ponownie wykorzystać produkty, które ma się już w posiadaniu. Jeśli w obecnej postaci nie znajdują już zastosowania, być może można je wykorzystać do nowej funkcji.

Wiele przedmiotów jednorazowego użytku można tak naprawdę użyć ponownie, co skutecznie zmniejszy ilość odpadów. Dla wielu innych produktów, na pozór zużytych, można znaleźć nowe przeznaczenie.

4. Recycle (Utylizuj)

Zasada **Recycle** mówi co należy zrobić w sytuacji, gdy nie można zrezygnować z produktu, a powstałego z niego odpadu nie da się wykorzystać ponownie. Należy go wrzucić do odpowiedniego pojemnika celem ponownego wykorzystania w produkcji.

5. Rot (Kompostuj)

Rot to kompostowanie i nabywanie takich produktów, które ulegną rozkładowi i powrócą do środowiska w przyjaznej dla niego formie. Jest to ekologiczne rozwiązanie, które zadowoli zwłaszcza osoby posiadające ogród. Kompostowniki pozwalają na tworzenie naturalnych nawozów.

Ćwiczenie: DEBATA na temat skuteczności stosowania zasady 5R.

Czas trwania: 25 min

Tytuł debaty: Czy wdrożenie zasady 5R w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach jest korzystne dla ich rozwoju?



Cele ćwiczenia:

- Zrozumienie znaczenia i korzyści stosowania zasady 5R w małych i średnich przedsiębiorstwach
- Rozważenie wad i zalet wdrażania zasady 5R w małych i średnich przedsiębiorstwach
- Przedyskutowanie, czy wdrażanie zasady 5R jest korzystne dla rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw
- Zachęcenie uczestników do wyrażania swoich opinii i wymiany poglądów na temat zasady 5R

Przebieg ćwiczenia: Trener dzieli uczestników na 2 grupy, z których jedna musi przygotować argumenty za wprowadzaniem zasady 5R w swoim przedsiębiorstwie, a druga przeciw.

1. Zalety wdrażania zasady 5R - Uczestnicy debaty wymieniają korzyści wynikające z wdrażania zasady 5R w małych i średnich przedsiębiorstwach.
2. Wady wdrażania zasady 5R - Uczestnicy debaty przedstawiają potencjalne wady i trudności związane z wdrażaniem zasady 5R w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Uczestnicy debaty dzielą się swoimi opiniami na temat tego, czy wdrażanie zasady 5R jest korzystne dla rozwoju małych i średnich

przedsiębiorstw. Trener zachęca uczestników do wyrażania swoich opinii i wymiany argumentów.

Podsumowanie - Trener podsumowuje debatę i zachęca uczestników do przedstawienia swoich wniosków.

5. Przegląd narzędzi i strategii wykorzystywanych w ECSR.

Czas trwania: 1h

Trener bardzo dokładnie omawia wszystkie narzędzia Ekologicznej Odpowiedzialności Biznesu.

1. LCA

LCA to skrót od ang. Life Cycle Assessment, czyli ocena cyklu życia. Jest to jedno z narzędzi wykorzystywanych w Ekologicznej Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, które pozwala na ocenę wpływu produktu lub usługi na środowisko naturalne na każdym etapie jego cyklu życia - od pozyskania surowców, przez produkcję, dystrybucję, użytkowanie, aż po recykling lub składowanie odpadów.

LCA umożliwia wdrożenie bardziej zrównoważonego podejścia do biznesu poprzez identyfikację i minimalizację wpływu działalności przedsiębiorstwa na środowisko naturalne. Dzięki LCA można m.in.



określić zużycie energii i wody, emisje gazów cieplarnianych oraz inne wpływy na środowisko naturalne związane z wytwarzaniem produktu lub świadczeniem usługi. Wdrożenie LCA w przedsiębiorstwie wymaga przeprowadzenia szczegółowej analizy każdego etapu cyklu życia produktu lub usługi, co może być czasochłonne i kosztowne. Jednak korzyści wynikające z implementacji LCA są znaczące i długoterminowe, zarówno dla przedsiębiorstwa, jak i dla środowiska naturalnego.

Wdrażanie LCA pozwala na:

- minimalizację kosztów produkcji poprzez wykorzystanie surowców i energii w sposób bardziej efektywny,
- poprawę wizerunku firmy poprzez aktywne działania na rzecz środowiska naturalnego,
- zwiększenie konkurencyjności firmy poprzez dostosowanie się do wymagań rynku związanych z ochroną środowiska naturalnego,
- minimalizację wpływu działalności przedsiębiorstwa na środowisko naturalne, co przyczynia się do zrównoważonego rozwoju i ochrony przyrody.

2. GRI

Global Reporting Initiative (GRI) to międzynarodowy standard raportowania społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) wykorzystywany przez przedsiębiorstwa w celu raportowania na temat swoich działań CSR oraz wpływu działalności na społeczeństwo i środowisko naturalne. GRI powstała w 1997 roku jako inicjatywa organizacji pozarządowych, przedsiębiorstw i innych interesariuszy, którzy dążyli do opracowania standardów dla raportowania o działaniach CSR.

GRI dostarcza wytyczne, które pomagają przedsiębiorstwom w zakresie raportowania CSR, opierając się na międzynarodowych standardach, takich jak ISO 26000. GRI umożliwia przedsiębiorstwom przekazywanie informacji o ich zaangażowaniu w CSR i pokazywanie ich wpływu na społeczeństwo i środowisko naturalne poprzez publikowanie raportów.

GRI zapewnia przedsiębiorstwom elastyczność w wyborze zagadnień, które zostaną uwzględnione w raportowaniu, zgodnie z ich specyficznymi potrzebami i obszarami działań CSR. GRI pomaga przedsiębiorstwom w prowadzeniu działań CSR w sposób systematyczny, zarówno wewnątrz, jak i wobec zewnętrznych interesariuszy.



Przy pomocy GRI przedsiębiorstwa mogą:

- dokładnie określić i monitorować kluczowe kwestie dotyczące CSR,
- ulepszać polityki, strategie i praktyki z zakresu CSR,
- skutecznie raportować o swoich działaniach i wpływie na społeczeństwo i środowisko naturalne,
- rozwijać społeczne zaangażowanie w celu stworzenia bardziej zrównoważonej przyszłości

Wdrożenie standardu raportowania GRI w przedsiębiorstwie może przynieść korzyści w postaci poprawy wizerunku firmy, zwiększenia zaangażowania pracowników oraz zwiększenia zaufania ze strony inwestorów, klientów i innych interesariuszy.

3. SROI

Social Return on Investment (SROI) to koncepcja i metoda analizowania społecznego wpływu inwestycji, projektów lub działań biznesowych. SROI ma na celu ocenę i pomiar wartości społecznej, jaką przynosi dana inwestycja lub projekt.

SROI bazuje na idei, że inwestycje i działania biznesowe powinny być oceniane nie tylko na podstawie finansowej efektywności, ale również

na ich wpływie na społeczeństwo i środowisko naturalne. Metoda SROI bierze pod uwagę szerszy zakres wartości niż tylko te, które można zmierzyć w formie pieniężnej, takie jak poprawa jakości życia, zmniejszenie ubóstwa, zwiększenie zatrudnienia, ochrona środowiska i wiele innych.

Metoda SROI polega na określeniu, jaką wartość społeczną generuje dana inwestycja lub projekt, w stosunku do nakładów finansowych. SROI umożliwia przedsiębiorstwom i organizacjom ocenę ich działań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) i wybieranie takich projektów i działań, które przyniosą największą wartość społeczną.

Wprowadzenie koncepcji SROI w działań CSR może pomóc przedsiębiorstwom w podejmowaniu decyzji opartych na wartościach, a także w ulepszaniu procesów zarządzania projektami i działań społecznych. SROI może również pomóc przedsiębiorstwom w komunikowaniu swoich zaangażowań społecznych w sposób jasny i efektywny.

4. ZIELONA ENERGIA

Zielona energia to energia produkowana z odnawialnych źródeł, takich jak energia słoneczna, wiatrowa, wodna, geotermalna lub biomasowa.



W kontekście Ekologicznej Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR), zielona energia stanowi ważny aspekt, ponieważ produkcja energii z odnawialnych źródeł pomaga w zmniejszeniu emisji gazów cieplarnianych i w ochronie środowiska naturalnego.

Wprowadzenie zielonej energii w działalność biznesową może przynieść wiele korzyści:

- przedsiębiorstwa mogą zmniejszyć swoje uzależnienie od paliw kopalnych i związane z nimi koszty.
- stosowanie zielonej energii przyczynia się do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych i redukcji wpływu na środowisko naturalne, co przyczynia się do lepszego wizerunku firmy.
- stosowanie zielonej energii może pomóc firmom w spełnieniu wymogów dotyczących zrównoważonego rozwoju i redukcji emisji, narzuconych przez rządy i organizacje międzynarodowe.

Wdrożenie koncepcji zielonej energii w CSR może wymagać inwestycji finansowych i zmiany infrastruktury przedsiębiorstw. Jednakże, korzyści, jakie płyną z zastosowania zielonej energii, przekładają się na oszczędności finansowe oraz pozytywny wpływ na środowisko naturalne i wizerunek firmy. Dlatego coraz więcej firm wprowadza zieloną energię w swoją strategię CSR, aby spełniać wymogi zrównoważonego rozwoju i redukcji emisji, a jednocześnie przyczynić

się do ochrony środowiska i zapewnienia długofalowej stabilności biznesowej.

5. RECYKLING

Recykling to proces przetwarzania odpadów na nowe produkty, co pozwala na oszczędność surowców naturalnych oraz zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne. W kontekście Ekologicznej Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR), recykling stanowi ważny aspekt, ponieważ zmniejsza ilość odpadów składowanych na wysypiskach, które przyczyniają się do zanieczyszczenia środowiska, a także pomaga w oszczędności zasobów naturalnych i zmniejszeniu emisji gazów cieplarnianych.

Wprowadzenie recyklingu w działalność biznesową może przynieść wiele korzyści. Przede wszystkim, pozwala na zmniejszenie ilości wytwarzanych odpadów i oszczędność surowców naturalnych. Po drugie, zwiększa świadomość ekologiczną pracowników i klientów oraz pozytywnie wpływa na wizerunek firmy. Po trzecie, przyczynia się do spełnienia wymogów związanych z ochroną środowiska i zrównoważonym rozwojem.

Wdrożenie koncepcji recyklingu w CSR może wymagać inwestycji finansowych i zmiany infrastruktury przedsiębiorstw. Jednakże,



korzyści, jakie płyną z zastosowania recyklingu, przekładają się na oszczędności finansowe, pozytywny wpływ na środowisko naturalne i wizerunek firmy. Dlatego coraz więcej firm wprowadza recykling w swoją strategię CSR, aby spełniać wymogi zrównoważonego rozwoju i redukcji odpadów, a jednocześnie przyczynić się do ochrony środowiska i zapewnienia długofalowej stabilności biznesowej.

6. Przerwa kawowa: 10 min

7. Praktyczne ćwiczenia narzędzi ECSR

Czas trwania: 1h

Ćwiczenie: LCA

1. **Wstęp:** Trener przedstawia definicję analizy cyklu życia i jej zastosowań w biznesie.

Analiza LCA to kompleksowa metoda oceny wpływu produktu lub usługi na środowisko naturalne, uwzględniająca cały cykl życia produktu - od pozyskania surowców, poprzez produkcję, dystrybucję, użytkowanie, aż po utylizację. Analiza ta pozwala na oszacowanie emisji gazów cieplarnianych, zużycia zasobów naturalnych, wytwarzania odpadów i innych negatywnych skutków dla środowiska

naturalnego, co jest szczególnie istotne w dobie globalnego ocieplenia i problemów związanych z zanieczyszczeniem środowiska.

Zastosowanie analizy LCA w biznesie pozwala na oszacowanie wpływu produktów i usług na środowisko naturalne, co umożliwia przedsiębiorstwom podejmowanie bardziej świadomych decyzji związanych z projektowaniem, produkcją, dystrybucją i marketingiem.

Analiza LCA może pomóc firmom w:

1. Projektowaniu bardziej ekologicznych produktów
2. Udoskonalaniu procesów produkcyjnych
3. Podnoszeniu wizerunku firmy
4. Przestrzeganiu przepisów i norm

CYKL ŻYCIA PRODUKTU

POZYSKANIE SUROWCÓW, PRODUKCJA, UŻYTKOWANIE,
RECYKLING

2. Trener dzieli uczestników na 4 grupy i wybiera dla nich 2 produkty spożywcze oraz 2 produkty elektroniczne sprzedawane w Polsce. Może to być np. Mięso z kurczaka oraz awokado, a z produktów elektronicznych np. Słuchawki i pralka.

Zadaniem uczestników jest określenie celów i zakresu LCA dla każdego z wybranych produktów, w tym definicja etapów cyklu życia.

Na podstawie danych dostępnych w Internecie sprawdź jaki dany produkt przechodzi cykl życia i jak jego produkcja oddziałuje na środowisko naturalne. **Na przygotowanie analiz każda z grup ma 30 min.**

Następnie grupy przedstawiają przygotowane analizy i podsumowania. Trener razem z uczestnikami prowadzi dyskusję nad tym który z produktów jest „najbardziej ekologiczny”.

Dodatkowo: Trener razem z uczestnikami tworzy listę zaleceń dla określonych przedsiębiorstw produkujących mięso z kurczaka, awokado, lodówki i słuchawki w celu redukcji negatywnego wpływu na środowisko dla każdego z produktów.

Omówienie sposobów wykorzystania wyników analizy cyklu życia w podejmowaniu decyzji biznesowych związanych z ekologią i zrównoważonym rozwojem.

PODSUMOWANIE I EWALUACJA SZKOLENIA

Czas trwania: 30 min

1. Trener przypomina cele i główne punkty przeprowadzonego szkolenia.
2. Następnie przeprowadza rundkę podsumowującą wśród uczestników – pyta każdego co wyniósł z dzisiejszego szkolenia, co było dla niego najważniejsze i które informacje może wykorzystać w przyszłości.
3. Uczestnicy wypełniają ankiety ewaluacyjne oraz post testy
4. Każdy z uczestników wypisuje na kartce 3 najważniejsze rzeczy, jakie zapamiętał ze szkolenia.
5. Następnie uczestnicy wymieniają się kartkami i próbują wymyślić przykłady zastosowania w praktyce w swoim środowisku 3 wypisanych informacji.
6. Przedstawienie podsumowań na forum.
7. Każdy z uczestników otrzymuje certyfikat poświadczający udział w szkoleniu.
8. Zakończenie szkolenia. Na koniec warto podziękować uczestnikom za aktywny udział w szkoleniu.

Podsumowanie dnia szkoleniowego pozwoli uczestnikom na lepsze zrozumienie i przyswojenie zdobytej wiedzy, a także na zastosowanie jej w praktyce.

PRE I POST TEST

Projekt „Dobre praktyki w obszarze edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju”

Zajęcia: „Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu”

Instrukcja: Poniżej znajdują się pytania dotyczące posiadanej przez Pana/Panią wiedzy z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, jej wymiaru ekologicznego, kształtowania postaw ekologicznych czy dotyczące ogólnej wiedzy ekologicznej.

Test zawiera zarówno pytania zamknięte jak i otwarte. Każde z pytań zamkniętych posiada tylko jedną prawidłową odpowiedź.

Bardzo prosimy o odpowiedź na wszystkie pytania. Wypełnienie testu pozwoli nam ocenić poziom Pana/Pani wiedzy z zakresu objętego szkoleniem.

Z góry dziękujemy!

1. Czym jest Społeczna Odpowiedzialność Biznesu?

2. Czym jest ekologiczna społeczna odpowiedzialność biznesu?

- a) To podejście do zarządzania firmą, które uwzględnia jej wpływ na środowisko naturalne i społeczne
- b) To podejście do zarządzania finansami, które pozwala na zwiększenie zysków firmy
- c) To podejście do zarządzania pracownikami, które skupia się na poprawie ich jakości życia w zakresie ekologii.

3. W jaki sposób firma może zmniejszyć swoje wpływy na środowisko naturalne?

- a) Poprzez recykling odpadów
- b) Poprzez wykorzystanie energii odnawialnej
- c) Poprzez zmniejszenie ilości wyprodukowanych odpadów
- d) Wszystkie powyższe odpowiedzi są poprawne.

4. Co to jest carbon footprint?

- a) Ślad węglowy, czyli całkowita ilość gazów cieplarnianych emitowanych przez firmę
- b) Stopień zagrożenia pracowników ze strony emisji gazów toksycznych
- c) Masa zużytego węgla potrzebna do wytworzenia jednego produktu

5. Jakie czynniki osobowościowe mogą wpływać na postawy proekologiczne?

6. Jakie zalety ma podejmowanie działań proekologicznych dla firmy?

- a) Zwiększenie zysków firmy
- b) Poprawa wizerunku firmy
- c) Ochrona środowiska naturalnego
- d) Wszystkie powyższe odpowiedzi są poprawne

7. Co to jest zrównoważony rozwój?

- a) Rozwój ekonomiczny bez względu na koszty dla środowiska
- b) Rozwój gospodarczy, który uwzględnia potrzeby społeczne, ekonomiczne i środowiskowe
- c) Rozwój ekonomiczny, który jest w pełni zależny od dostępności zasobów naturalnych

8. Dlaczego przedsiębiorstwa powinny podejmować działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego?

- a) Ponieważ może to przyciągnąć nowych klientów
- b) Ponieważ jest to korzystne dla ochrony środowiska i pozytywnie wpływa na wizerunek firmy
- c) Ponieważ jest to obowiązkowe, zgodnie z przepisami prawa

9. Czym jest kształtowanie postaw proekologicznych

- a) To proces edukacyjny, który ma na celu zwiększenie świadomości na temat ochrony środowiska
- b) To proces w ramach którego firma angażuje się w działania na rzecz ochrony środowiska
- c) To proces, który ma na celu zwiększenie zysków firmy.

10. Czym jest wolontariat ekologiczny?

11. Jakie są kluczowe obszary działań społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorstw?

- a) Ochrona środowiska naturalnego, zyski dla udziałowców i poprawa wizerunku firmy
- b) Ochrona praw człowieka, zrównoważony rozwój i dobre relacje z interesariuszami
- c) Ochrona danych osobowych klientów, walka z przestępczością i unikanie podatków.

12. Jakie są przykłady działań wolontariackich w zakresie ekologii?

13. W jaki sposób pracownik może włączyć się w kształtowanie postaw proekologicznych?

- a) Poprzez segregowanie odpadów
- b) Poprzez oszczędzanie energii w miejscu pracy
- c) Poprzez propagowanie działań proekologicznych wśród innych pracowników i klientów firmy
- d) Wszystkie powyższe odpowiedzi są poprawne

14. Jakie są czynniki społeczne, które mogą wpływać na postawy proekologiczne?

15. Co to jest eko projektowanie?

- a) Projektowanie przedmiotów i systemów w sposób, który minimalizuje wpływ na środowisko
- b) Projektowanie przedmiotów i systemów w sposób, który maksymalizuje zyski
- c) Projektowanie przedmiotów i systemów bez uwzględnienia wpływu na środowisko

16. Co to jest eko efektywność?

- a) Stopień w jakim firma osiąga zyski przy minimalnym wpływie na środowisko
- b) Stopień w jakim firma osiąga zyski bez wględu na wpływ na środowisko
- c) Stopień w jakim firma minimalizuje koszty związane z ochroną środowiska

17. Co to jest certyfikat ekologiczny?

- a) Oficjalny dokument potwierdzający, że produkt lub usługa spełnia określony standardy ekologiczne

- b) Oficjalny dokument potwierdzający, że produkt lub usługa została wyprodukowana w kraju o dobrych warunkach środowiskowych.
- c) Oficjalny dokument potwierdzający, że produkt lub usługa została przetestowana pod kątem szkodliwości dla środowiska.

18. Jakie działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu mogą podejmować przedsiębiorstwa?

19. Jakie mogą być korzyści dla przedsiębiorstwa wynikające z podejścia społecznie odpowiedzialnego?

- a) Zwiększenie zaangażowania pracowników, poprawa wizerunku firmy, poprawa relacji z interesariuszami, zwiększenie zysków.
- b) Zmniejszenie kosztów produkcji, zmniejszenie ryzyka prawnego, przyciągnięcie inwestorów.
- c) Zwiększenie sprzedaży, zwiększenie udziałów w rynku, zwiększenie zysków.

20. Jakie są kluczowe obszary działań ekologicznych przedsiębiorstw?

- a) Minimalizowanie kosztów produkcji, zwiększanie zysków, optymalizacja procesów produkcyjnych
- b) Ochrona środowiska naturalnego, redukcja emisji gazów cieplarnianych, minimalizowanie zużycia energii i surowców
- c) Promowanie wykorzystywania opakowań plastikowych, zwiększanie ilości odpadów oraz zanieczyszczenie powietrza.

Dziękujemy za wypełnienie testu! Sprawdź czy odpowiedziałeś/łaś na wszystkie pytania.

ANKIETA EWALUACYJNA

Projekt „Dobre praktyki w obszarze edukacji na rzecz zrównoważonego rozwoju”

Zajęcia: „Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu”

Instrukcja: Prosimy o zakreślenie kółkiem wybranej oceny.

I. Jak ocenia Pan(i) warsztaty?

Lp.	Ocena szkolenia	Bardzo wysoko	Wysoko	Przeciętnie	Nisko	Bardzo nisko
1	Spełnienie Pana(i) oczekiwań	5	4	3	2	1
2	Przydatność zdobytych informacji pod względem podnoszenia umiejętności i wiedzy	5	4	3	2	1
3	Jak Pan (i) ocenia prawdopodobieństwo wykorzystania zdobytej wiedzy i umiejętności w praktyce	5	4	3	2	1
4	Jak Pan (i) ocenia program warsztatu	5	4	3	2	1
5	Jak Pan (i) ocenia otrzymane materiały warsztatowe	5	4	3	2	1
6	Jak Pan (i) ocenia warsztaty pod względem organizacyjnym	5	4	3	2	1



Dodatkowe uwagi dotyczące szkolenia	
--------------------------------------------	--

II. Jak ocenia Pan(i) trenerów prowadzących szkolenie?

L p .	Ocena szkolenia	Bardzo wysoko	Wyso ko	Przecięt nie	Nisko	Bardzo nisko
1	Przygotowanie merytoryczne	5	4	3	2	1
2	Jakość / zrozumienie przekazu	5	4	3	2	1
3	Rzetelność, profesjonalizm i zaangażowanie w udzielaniu odpowiedzi na pytania	5	4	3	2	1
4	Umiejętność zainteresowania uczestników tematem i zaangażowania ich w szkolenie	5	4	3	2	1
5	Stopień zrealizowania programu szkolenia	5	4	3	2	1

<p>Dodatkowe uwagi dotyczące trenerów prowadzących warsztaty</p>	
-------------------------------------------------------------------------	--

III. Czy poleciliby Pan (i) podobne szkolenie komuś ze swoich bliskich lub znajomych?

5 – Zdecydowanie tak	4- myślę, że tak	3 – nie wiem	2 - myślę, że nie	1 - zdecydowanie nie

IV. Czy wzięłyby Pan (i) udział jeszcze raz w podobnym szkoleniu?

5 – Zdecydowanie tak	4- myślę, że tak	3 – nie wiem	2 - myślę, że nie	1 - zdecydowanie nie

V. Dodatkowe uwagi (co powinno zostać zmienione, czy któryś z tematów wymagał poszerzenia lub ograniczenia, co warto byłoby kontynuować itp.?)



Dziękujemy za wypełnienie ankiety!

PROGRAM SZKOLENIA

"Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu"

DZIEŃ 1

Część 1 - Zapoznanie uczestników ze sobą i z trenerem

1. Przedstawienie trenera i projektu - 15 min
2. Przedstawienie uczestników - 30 min
3. Stworzenie zasad współpracy - 15 min

PRZERWA - 10 min

Część 2 - Społeczna Odpowiedzialność Biznesu z naciskiem na aspekt ekologiczny:

1. Czym jest Społeczna Odpowiedzialność Biznesu - 30 min
2. Czym jest Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu - 30 min
3. Przykłady działań związanych z CSR – ćwiczenie - 30 min

PRZERWA - 20 min + energizer 15 min

4. Praktyczne ćwiczenie z tworzenia ekologicznych aspektów działalności biznesu - 1h

PRZERWA OBIADOWA - 45 min

Część 3 - Wymiary Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

1. Teoretyczne ujęcie wymiarów CSR - 15 min
2. Zagadnienia komunikacji w firmie - 1h

PRZERWA KAWOWA - 15 min

3. Zagadnienia komunikacji z klientem - 1h

PODSUMOWANIE PIERWSZEGO DNIA SZKOLENIOWEGO

30 min

PROGRAM SZKOLENIA

"Ekologiczna Społeczna Odpowiedzialność Biznesu"

DZIEŃ 2

Część 4 - Kształtowanie postaw proekologicznych

1. Czy działam proekologicznie? Uwarunkowania postaw - 45 min

PRZERWA - 15 MIN + energizer 10 min

2. Eko - znakowanie - 40 min
3. Jak kształtować postawę proekologiczną - 30 min
4. Korzyści stosowania społecznej odpowiedzialności biznesu w ekologii - 30 min

PRZERWA 10 MIN

Część 5 - EKOLOGICZNA SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU – przegląd narzędzi

1. Zagadnienia marketingu ekologicznego - 40 min
2. Projektowanie własnej eko kampanii marketingowej - 1h

PRZERWA OBIADOWA - 40 MIN

3. Wprowadzenie do zasady 5R - 30 min
4. Przegląd narzędzi i strategii wykorzystywanych w ECSR - 1h

PRZERWA - 10 min

5. Praktyczne ćwiczenia narzędzi CSR - 1h

Część 6 - Ewaluacja i podsumowanie

1. Wypełnianie ankiet ewaluacyjnych - 10 min
2. Rundka podsumowująca szkolenie - 15 min
3. Wręczenie certyfikatów - 5 min



GREEN
INDUSTRY
FOUNDATION

CERTYFIKAT

dla

za uczestnictwo w szkoleniu "Ekologiczna Społeczna
Odpowiedzialność Biznesu" organizowanego w ramach
projektu „Dobre praktyki w obszarze edukacji
na rzecz zrównoważonego rozwoju” realizowanego przez
Green Industry Foundation.



Co-funded by
the European Union



GREEN
INDUSTRY
FOUNDATION



Podpis osoby prowadzącej

Projekt ten został sfinansowany przy wsparciu Unii Europejskiej.
Niniejsza publikacja odzwierciedla wyłącznie poglądy autora, a Unia Europejska
nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie zawartych w niej informacji.



Co-funded by
the European Union