

CATALOGO CORSI AMBIENTE E INTELLIGENZA ARTIFICIALE

1. AI FOR WORK
2. GREENMARKETING E LE REGOLE DELLA CORRETTA COMUNICAZIONE GREEN, PER SCONGIURARE IL GREENWASHING
3. LA SOSTENIBILITA' DELLA CATENA DI FORNITURA
4. SVILUPPO SOSTENIBILE E PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE: CSR E BILANCI DI SOSTENIBILITÀ
5. INTELLIGENZA ARTIFICIALE AI: POTENZIALITA' E OPPORTUNITA' PER LE AZIENDE

AI FOR WORK

OBIETTIVI

Formazione pratica adatta a persone non tecniche, che le rende:

- > Consapevoli delle potenzialità dell'AI generativa
- > Capaci di trovare lo strumento giusto per ogni task
- > Pronti a usarli efficacemente per ottenere benefici immediati

DESTINATARI: Lavoratori (non necessariamente tecnici)

PROGRAMMA

Workshop pratico adatto a persone non tecniche, che le rende:

- > Consapevoli delle potenzialità dell'AI generativa
- > Capaci di trovare lo strumento giusto per ogni task
- > Pronti a usarli efficacemente per ottenere benefici immediati

Modulo 1: Introduzione all'AI Generativa

- Panorama AI Generativa
- Come funziona?
- Potenzialità e limiti
- Quale scegliere?
- Casi d'uso base

Modulo 2: Pratica Base

- Esercitazione base su prompting
- Casi d'uso avanzati
- Automazione compiti semplici
- Errori comuni
- Protezione dei dati sensibili

Modulo 3: Funzioni di AI avanzate

- AI per problem solving
- AI per la ricerca Web
- Lettura e comprensione dei documenti
- Trascrizione meeting e creazione minute
- AI per Marketing & Sales

CLICK

DURATA: 8 ore

METODOLOGIA: Lezione in aula, dibattito e case history

GREENMARKETING E LE REGOLE DELLA CORRETTA COMUNICAZIONE GREEN, PER SCONGIURARE IL GREENWASHING

La sostenibilità ambientale rappresenta per le aziende non una moda, ma una direttrice di sviluppo necessaria per rispondere alle richieste di un consumatore sempre più attento e a un quadro normativo sempre più stringente. Rappresenta quindi un fattore competitivo di successo per acquisire nuove quote di mercato quando riesce ad impattare sul modello di business, sui processi e sui prodotti dell'azienda. Comunicare in modo chiaro, semplice e credibile i risultati raggiunti diventa strategico per un'azienda che vuole rafforzare il proprio brand e consolidare il capitale reputazionale.

OBIETTIVI

- Costruire un percorso di sostenibilità forte, effettivo e credibile come leva di marketing e sviluppo del brand
- Comunicare correttamente i risultati ottenuti, evitando di cadere nel green washing

DESTINATARI

Dirigenti e tecnici delle aree ricerca e sviluppo, progettazione, gestione ambiente, marketing e area commerciale.

PROGRAMMA

- Introduzione alla sostenibilità e al green marketing. Le tre direttrici: sostenibilità economica, ambientale e sociale
- Le fasi di un percorso verso la sostenibilità: quantificare, analizzare, ridurre, comunicare e compensare
- La sostenibilità ambientale e l'approccio del ciclo di vita
- Come comunicare la sostenibilità ed evitare il greenwashing
- I vantaggi competitivi dello sviluppo di prodotti eco-sostenibili, l'accesso al Green Public Procurement, l'aumento del capitale reputazionale

DURATA: 8 ore

METODOLOGIA: Lezione in aula, dibattito e case history

LA SOSTENIBILITA' DELLA CATENA DI FORNITURA

L'integrazione della sostenibilità nella catena di fornitura aziendale sta diventando un fattore cruciale per le organizzazioni: se non gestiti correttamente, gli impatti della catena di fornitura possono rappresentare un fattore di grande rischio. Se trattati con il giusto approccio, un'opportunità di business.

OBIETTIVI

Comprendere i rischi/opportunità della propria catena di fornitura e come costruire una strategia efficace di sustainable procurement.

DESTINATARI

Responsabili ufficio acquisti, team sostenibilità, direzione

PROGRAMMA

- Cos'è l'approvvigionamento sostenibile e quali i vantaggi
- Introduzione alla norma ISO 20400, lo standard internazionale che fornisce linee guida per le organizzazioni che desiderano implementare pratiche di approvvigionamento sostenibili. Si analizzeranno:
- **Fondamenti:** i driver per l'implementazione di un approvvigionamento sostenibile
- **Policy:** come creare una strategia di approvvigionamento sostenibile
- **Enablers:** organizzare la funzione di approvvigionamento in modo che sia orientata alla sostenibilità
- **Processo di approvvigionamento:** come incorporare le priorità relative alla sostenibilità nelle prassi quotidiane di procurement
- Misurare le performances dell'approvvigionamento sostenibile

DURATA: 4 ore

METODOLOGIA: Lezione in aula, dibattito e case history

SVILUPPO SOSTENIBILE E PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE: CSR E BILANCI DI SOSTENIBILITÀ

Negli ultimi anni il tema della sostenibilità del business dal punto di vista ambientale, sociale e di governance (ESG) è diventato un tema imprescindibile per qualsiasi azienda che voglia accrescere e consolidare la propria presenza sul mercato, nonché garantire continuità nel futuro.

Il reporting di sostenibilità consiste nella misurazione, comunicazione e assunzione di responsabilità (accountability) nei confronti degli stakeholder, sia interni che esterni, in merito alle performances dell'organizzazione nel raggiungimento dei propri obiettivi di sviluppo sostenibile.

Le aziende, indipendentemente dal settore di attività o dalle dimensioni, sono sempre più invitate a dare *disclosure* dei propri impatti economici, ambientali e sociali.

OBIETTIVI

- Il corso consente di approfondire gli **standard** di riferimento per trasformare il bilancio di sostenibilità in una reale opportunità, con l'obiettivo di distinguersi e competere sul mercato, incrementando **credibilità** e **reputazione** aziendale.

DESTINATARI

Alta Dirigenza, Sustainability/CSR Manager, marketing manager e area commerciale.

PROGRAMMA

- Sviluppo sostenibile: definizione, contesto e quadro normativo
- L'Agenda 2030 e gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile
- Evoluzione della cultura d'impresa: aspetti ESG e valore d'impresa e bilancio di sostenibilità
- CRS e il Sistema di gestione della Responsabilità Sociale secondo la ISO 26000
- Analisi del contesto, dei temi materiali e stakeholder engagement
- Global Reporting Initiative e le linee guida GRI
- Comunicare la sostenibilità e i risultati raggiunti

DURATA: 8 ore

METODOLOGIA: Lezione in aula, dibattito e case history