Propozycja 1:
Geopolityka w biznesie – zarządzanie firmą w dobie globalnych napięć

Zakres tematyczny:

- **Geopolityczne ryzyka dla biznesu:** Omówienie aktualnych napięć politycznych na świecie i ich skutków dla firm (wojny handlowe, sankcje gospodarcze, konflikty zbrojne). Przykłady obejmują m.in. konsekwencje wojny handlowej USA-Chiny i sankcji nałożonych na Rosję czy Iran.
- **Polityka migracyjna a rynek pracy:** Analiza, jak przepływy migracyjne i polityka azylowa (np. w UE) wpływają na dostępność pracowników i decyzje biznesowe. (Np. **według IMF** napływ imigrantów w latach 2019–2023 wypełnił ~2/3 nowo utworzonych miejsc pracy w UE co pokazuje wpływ migracji na rynek).
- **Regulacje i umowy międzynarodowe:** Przegląd zmian w handlu międzynarodowym (np. Brexit, nowe porozumienia handlowe, regulacje eksportowe) i ich wpływu na łańcuchy dostaw, inwestycje oraz planowanie strategiczne firm.
- **Analiza polityczna w strategii firmy:** Wprowadzenie do metod oceny ryzyka politycznego (analiza PESTEL, scenariusze) oraz rola instytucji monitorujących ryzyko (np. Eurasia Group Iana Bremmera, której analizy pokazują, że w rynkach wschodzących polityka ma równie duże znaczenie co ekonomia.
-

Metodyka szkolenia:

- **Interaktywny wykład ekspercki:** Wprowadzenie do kluczowych pojęć geopolityki i ryzyka politycznego, zilustrowane aktualnymi przykładami (np. wpływ wojny w Ukrainie na ceny energii). Dyskusja moderowana z uczestnikami o bieżących wydarzeniach (Davos, raporty risk managerów, itp.).
- **Case study:** Analiza przypadków firm, które musiały dostosować strategię z powodu zdarzeń geopolitycznych. Uczestnicy w grupach przeanalizują przykłady (np. wycofanie się firmy z rynku objętego sankcjami) i omówią wyciągnięte wnioski.
- **Symulacja kryzysowa:** Warsztat, w którym zespoły wcielają się w zarząd firmy stojącej w obliczu nagłego kryzysu (np. zamknięcie granic, nowe cła czy masowy napływ uchodźców). Uczestnicy podejmują decyzje w czasie rzeczywistym, a następnie następuje omówienie rezultatów.
- **Mapa ryzyka:** Ćwiczenie, podczas którego uczestnicy tworzą mapę geopolitycznych ryzyk dla własnej branży lub firmy. Zidentyfikują główne zagrożenia i opracują pomysły działań zapobiegawczych, korzystając z narzędzi analizy ryzyka.

Korzyści dla uczestników:

- **Strategiczne spojrzenie:** Uczestnicy nauczą się identyfikować i monitorować globalne trendy polityczne wpływające na biznes. Będą świadomi, dlaczego eksperci ds. ryzyka uważają konflikty geopolityczne za kluczowe zagrożenie dla handlu i jak te czynniki włączyć do planowania strategicznego firmy.
- **Zarządzanie ryzykiem politycznym:** Rozwinięcie umiejętności oceny ryzyka sankcji, niestabilności rządów czy zmian regulacji oraz opracowywania planów

ciągłości działania. Liderzy nauczą się przygotowywać scenariusze „co-jeśli” i budować odporność organizacji na szoki zewnętrzne.

- **Lepsze decyzje personalne i operacyjne:** Zrozumienie polityki migracyjnej pozwoli podejmować świadome decyzje dotyczące rekrutacji międzynarodowej i relokacji pracowników. Wiedza o migracjach i demografii (np. starzenie się społeczeństw vs napływ młodej siły roboczej przełoży się na efektywniejsze zarządzanie talentami i zespołami wielokulturowymi.
- **Wzrost ***geopolitycznego IQ****: Poszerzenie horyzontów myślenia – liderzy nabędą pewności w śledzeniu wiadomości ze świata i przekładaniu ich na język ryzyka i szans biznesowych. Zdobędą też słownictwo i kontekst, by rozmawiać o sprawach międzynarodowych ze współpracownikami, partnerami czy klientami.

Propozycja 2:
Sukces na rynkach islamskich – biznes w kontekście kultury i prawa islamu

Zakres tematyczny:

- **Różnice kulturowe w krajach islamskich:** Przedstawienie fundamentów kultury krajów muzułmańskich (Bliski Wschód, Północna Afryka, Azja Południowo-Wschodnia) i ich znaczenia w kontaktach biznesowych. Omówione będą wartości takie jak znaczenie relacji osobistych, honoru, roli rodziny czy zwyczajów gościnności. (Np. w kulturze arabskiej zbudowanie zaufania i osobistych więzi jest kluczowe dla sukcesu w interesach.
- **Wpływ islamu na prawo i biznes:** Wyjaśnienie podstaw prawa islamskiego (szariatu) i jego implikacji dla prowadzenia działalności. Uczestnicy poznają m.in. zasady dotyczące finansów islamskich (zakaz riba – oprocentowania, zasada dzielenia zysków/strat, sukuk jako odpowiednik obligacji), regulacje dotyczące halal/haram (dozwolone vs zakazane produkty/usługi) oraz różnice w prawie pracy (np. normy dotyczące czasu pracy w Ramadan, prawa kobiet w biznesie w niektórych krajach itp.).
- **Prawo i otoczenie biznesowe w wybranych krajach:** Przegląd konkretnych jurysdykcji – np. porównanie Arabii Saudyjskiej, ZEA, Turcji i Malezji pod kątem systemu prawnego (common law vs prawo religijne), wymogów dla zagranicznych inwestorów, ochrony własności, sposobu egzekwowania kontraktów. Zwrócenie uwagi na kraje o dualnym systemie prawa (świeckie + religijne) oraz reformy pro-biznesowe (np. **Vision 2030** w Arabii Saudyjskiej).
- **Etap negocjacji i etykieta biznesowa:** Omówienie praktycznych aspektów współpracy – jak przygotować ofertę i negocjować umowy, mając na uwadze lokalne zwyczaje. Uczestnicy dowiedzą się o preferowanych stylach komunikacji (wysoki kontekst komunikacji w kulturze arabskiej vs bezpośredniość zachodnia), znaczeniu punktualności i elastyczności (koncept czasu bywa pojmowany inaczej), protokole spotkań (np. odpowiednie formy powitania, wymiana wizytówek, ubiór z poszanowaniem norm religijnych).

Metodyka szkolenia:

- **Prezentacja multimedialna z elementami mini-wykładu:** Trener (ekspert ds. kultury islamu) przedstawi kluczowe koncepcje, ilustrując je przykładami z własnego doświadczenia i badań. Wykład będzie przeplatany pytaniami do

publiczności, aby angażować uczestników i odwoływać się do ich ewentualnych doświadczeń na tych rynkach.

- **Studia przypadków (case studies):** Analiza konkretnych historii firm działających w krajach islamskich. Uczestnicy zapoznają się z przykładami udanej adaptacji (np. międzynarodowa sieć hotelowa dostosowująca usługi do wymogów halal) oraz porażek (np. kampania marketingowa, która nie powiodła się z powodu nieznajomości norm obyczajowych). W grupach omówią, co zadecydowało o sukcesie lub niepowodzeniu i jakie lekcje z tego płyną.
- **Warsztat międzykulturowy:** Interaktywne ćwiczenie, w którym uczestnicy odegrają scenki biznesowe – np. pierwsze spotkanie negocjacyjne z partnerem z kraju Zatoki Perskiej. Każda grupa otrzyma zestaw wskazówek kulturowych (czasem sprzecznych), by zainscenizować negocjacje. Następnie wspólnie przeanalizujemy, jak różne podejścia (nastawione na relacje vs na kontrakt) wpłynęły na przebieg rozmów.
- **Sesja Q&A i debata:** Pod koniec szkolenia przewidziana jest otwarta sesja pytań, podczas której uczestnicy mogą konsultować wątpliwości (np. „czy mogę podać rękę kontrahentce w Iranie?", „jak poradzić sobie z różnicami w kalendarzu świąt?"). Nastąpi także krótka debata: *„Globalizacja a lokalna tradycja – gdzie jest granica adaptacji biznesu?"*, aby liderzy mogli wymienić się spostrzeżeniami, jak zachować równowagę między szacunkiem dla lokalnej kultury a wartościami własnej firmy.

Korzyści dla uczestników:

- **Zrozumienie kultury islamu:** Uczestnicy zdobędą praktyczną wiedzę o normach kulturowych i religijnych kształtujących środowisko biznesowe w krajach islamskich. Dzięki temu będą unikać faux-pas i budować pozytywne relacje. (Świadomość znaczenia etykiety biznesowej w świecie arabskim jest kluczowa dla utrzymania relacji handlowych)
- **Sprawna komunikacja i negocjacja:** Liderzy nauczą się dostosowywać styl komunikacji do rozmówców z innych kręgów kulturowych – np. cierpliwie budować zaufanie przed przejściem do kontraktu, rozpoznawać, kiedy „tak" może znaczyć grzecznościowe „nie". Ta umiejętność przełoży się na skuteczniejsze negocjacje i współpracę z partnerami z regionu MENA i nie tylko.
- **Orientacja w odmiennym otoczeniu prawnym:** Poznanie podstaw prawa islamskiego oraz realiów prawnych wybranych rynków da menedżerom pewność w podejmowaniu decyzji. Będą świadomi, na co zwracać uwagę zakładając oddział w kraju muzułmańskim (np. lokalny sponsor, wymóg zgodności z szariatem w finansach) i jak zapewnić zgodność działań firmy z miejscowym prawem oraz regulacjami religijnymi.
- **Wykorzystanie szans rynkowych:** Zrozumienie specyfiki ogromnej grupy konsumentów (ok. 1,8 mld muzułmanów na świecie) pozwoli lepiej dopasować produkty i usługi. Uczestnicy dowiedzą się, jak adresować potrzeby np. podczas Ramadanu, jakie produkty finansowe czy ubezpieczeniowe są poszukiwane (rozwój sektora finansów islamskich pokazuje, że staje się on mainstreamem). To przełoży się na umiejętność odkrywania nisz i budowania przewagi konkurencyjnej na tych rynkach.
- **Pewność siebie w środowisku międzykulturowym:** Dzięki warsztatom i odegranym scenkom menedżerowie osobiście doświadczą różnic

komunikacyjnych. Wejdą w buty negocjatora działającego w odmiennym kręgu kulturowym, co zwiększy ich pewność siebie przy faktycznych kontaktach biznesowych za granicą. Stają się bardziej **kulturowo kompetentni**, co jest cechą cenioną zarówno w sektorze prywatnym, jak i publicznym.

Propozycja 3*:
Lider jako dyplomata – protokół i komunikacja międzykulturowa w negocjacjach międzynarodowych

Zakres tematyczny:

- **Podstawy protokołu dyplomatycznego:** Przegląd najważniejszych zasad oficjalnej etykiety i precedencji, które mogą przydać się liderom biznesu współpracującym z zagranicznymi rządami lub korporacjami. Omówione zostaną m.in. formy adresowania rozmówców (tytuły honorowe, stopnie dyplomatyczne), dress code w różnych sytuacjach, zasady flagowe i symboliczne (np. podczas podpisywania umów, ustawienia flag), a także etykieta przy organizacji spotkań na wysokim szczeblu (kolejność powitań, wręczanie wizytówek, upominki). Uczestnicy zrozumieją, jak protokół buduje atmosferę szacunku i zaufania niezbędną dla udanych relacji biznesowych.
- **Kompetencje międzykulturowe:** Analiza różnic kulturowych wpływających na styl komunikacji i negocjacji. W oparciu o modele (np. **kulturowe wymiary Hofstede** czy **mapę kultur Erin Meyer**) pokażemy kontrasty: komunikacja bezpośrednia vs pośrednia, różnice w podejściu do punktualności, hierarchii (kultura egalitarna vs hierarchiczna) czy podejmowania ryzyka. Zagadnienia obejmują także różnice w mowie ciała, protokole wizyt (np. znaczenie ceremoniału herbaty w Azji, small talk w USA, czy ciszy w negocjacjach z Japończykami).
- **Negocjacje w środowisku wielokulturowym:** Omówienie strategii negocjacyjnych z uwzględnieniem protokołu i różnic kulturowych. Tematyka obejmuje przygotowanie do negocjacji (research kulturowy, ustalenie właściwego **etiquette** spotkania), budowanie zaufania i relacji przed meritum (np. rola nieformalnych rozmów przy kolacji), radzenie sobie z impasem wynikłym z niezrozumienia kulturowego. Uczestnicy poznają dobre praktyki komunikacji międzykulturowej w biznesie, takie jak używanie prostego języka, potwierdzanie zrozumienia, unikanie idiomów i uprzedzeń.
- **Dyplomacja korporacyjna:** Nowy trend, w którym korporacje pełnią quasi-dyplomatyczną rolę. Przedstawimy koncepcję **business diplomacy** – jak firmy współpracują z rządami, organizacjami międzynarodowymi i społecznościami lokalnymi. Poruszymy kwestie zarządzania relacjami z interesariuszami w różnych krajach, reagowania na różnice polityczne (np. sankcje, konflikty – nawiązanie do szkolenia 1) oraz odpowiedniego zachowania lidera jako reprezentanta firmy na arenie międzynarodowej (np. na targach, misjach handlowych, forach gospodarczych).

Metodyka szkolenia:

- **Warsztat z protokołu i etykiety:** Na początku szkolenia uczestnicy wezmą udział w krótkim quizie/projekcie grupowym – np. „ustawienie gości przy stole” albo „jak

zwrócić się do ambasadora/minister". W ten sposób w praktyce zmierzą się z zasadami protokołu (np. kto pierwszy podaje rękę, gdzie usiąść zgodnie z rangą). Trener skoryguje i objaśni poprawne odpowiedzi, co stworzy bazę wiedzy do dalszej części.

- **Mini-wykład z komunikacji międzykulturowej:** Prezentacja z przykładami różnic kulturowych (z humorem – np. w formie krótkich filmów lub anegdot o wpadkach). Trener przedstawi modele teoretyczne, ale skupi się na praktycznych implikacjach – np. jak różnice w podejściu do czasu mogą wpłynąć na harmonogram projektu. Uczestnicy będą zachęceni do dzielenia się własnymi spostrzeżeniami.
- **Symulacja negocjacji międzykulturowej:** Uczestnicy zostaną podzieleni na zespoły i otrzymają scenariusz negocjacji (np. firma europejska negocjuje joint venture z partnerem z Azji). Każdej stronie symulacji przypisane zostaną określone cechy kulturowe i zasady protokołu, których mają przestrzegać (np. jedna strona – styl negocjacji wysokokontekstowy, unikanie bezpośredniej odmowy; druga – styl niskokontekstowy, nacisk na szybkie konkrety). Rozpocznie się od odegrania powitania z elementami protokołu, następnie właściwe negocjacje. Po symulacji nastąpi analiza: które różnice utrudniały rozmowy, jakie sygnały były niezrozumiane, jak zastosowanie zasad protokołu (np. właściwe formy grzeczności) pomogło lub nie.
- **Feedback 360°:** Każda grupa otrzyma feedback od pozostałych oraz od trenera nt. mocnych stron i obszarów do poprawy w kontekście komunikacji i protokołu. Taka refleksja pozwoli uczestnikom uświadomić sobie własne nawyki i styl komunikacji.
- **Moderowana dyskusja końcowa:** Na zakończenie szkolenia uczestnicy wspólnie wypracują listę „dobrych praktyk globalnego lidera" – zasad, które zamierzają wdrożyć (np. przygotowanie protokołu spotkania przed ważnymi negocjacjami, research kulturowy każdego nowego rynku, korzystanie z pomocy tłumacza kulturowego przy dużych transakcjach itp.). To pomoże utrwalić zdobytą wiedzę i przełożyć ją na konkretne działania po szkoleniu.

Korzyści dla uczestników:

- **Profesjonalizm na arenie międzynarodowej:** Menedżerowie nauczą się swobodnie poruszać w formalnych sytuacjach z udziałem zagranicznych partnerów. Znajomość protokołu pozwoli im zabłysnąć jako gospodarze delegacji czy uczestnicy międzynarodowych konferencji – dzięki temu unikną niezręczności i zyskają szacunek rozmówców. Jak podkreśla Madeleine Albright, właściwy protokół bywa istotnym składnikiem sukcesu w biznesie międzynarodowym
- **Skuteczniejsze negocjacje międzykulturowe:** Uczestnicy rozwiną **inteligencję kulturową (CQ)** – zdolność do rozumienia odmiennych perspektyw i dostosowywania się. Przełoży się to na lepsze wyniki negocjacji: będą potrafili budować raport i zaufanie z partnerem z innej kultury, interpretować jego zachowanie (np. pauzy, nieformalne uwagi) i odpowiednio reagować. Dzięki temu zwiększą szanse na zawarcie korzystnych umów i partnerstw.
- **Zapobieganie konfliktom i nieporozumieniom:** Wiedza o tym, jak komunikować się dyplomatycznie, pomoże liderom rozbrajać potencjalne napięcia zanim przerodzą się w poważny konflikt. Umiejętność „czytania między wierszami" w komunikacji międzykulturowej oraz stosowanie neutralnego języka zredukuje

ryzyko niezamierzonych uraz (np. nieodpowiednich gestów czy sformułowań). To z kolei utrzyma dobre relacje z klientami i partnerami na całym świecie.

- **Reprezentowanie firmy na najwyższym poziomie:** Liderzy poczują się pewniej jako reprezentanci swoich organizacji w kontaktach z przedstawicielami władz czy dużych kontrahentów. Będą wiedzieć, jak przygotować się do oficjalnych spotkań – od protokołu powitalnego, przez przemówienia, po networking. Dzięki temu ich firma zyska wizerunek profesjonalnej i **kulturowo kompetentnej**, co ma znaczenie także dla instytucji publicznych (np. gdy biznes współpracuje z samorządem przy inwestycjach zagranicznych).
- **Uniwersalne umiejętności przywódcze:** Dyplomacja to sztuka znajdowania wspólnego języka – kompetencja cenna nie tylko w relacjach międzynarodowych, ale i wewnątrz organizacji. Uczestnicy, ćwicząc empatię kulturową i etykietę, udoskonalą też takie umiejętności jak aktywne słuchanie, jasne formułowanie oczekiwań czy budowanie kompromisu. Staną się bardziej cierpliwymi, uważnymi liderami, co przełoży się na ich efektywność zarówno w środowisku globalnym, jak i lokalnym.

Propozycja 4.*

Pracownicy bez granic: Swoboda przepływu osób w UE w praktyce

Zakres tematyczny: Szczegółowe omówienie unijnej swobody przepływu pracowników i jej znaczenia dla pracodawców. Uczestnicy poznają **prawa obywateli UE do podejmowania pracy w dowolnym państwie członkowskim** oraz zasady niedyskryminacji ze względu na obywatelstwo

W programie znajdzie się przegląd regulacji dotyczących uznawania kwalifikacji zawodowych i dyplomów w UE, koordynacji systemów zabezpieczenia społecznego (transfer świadczeń, np. emerytur, między krajami) oraz obowiązków administracyjnych przy zatrudnianiu pracowników z UE (np. wymagane formalności, meldunki). Poruszone zostaną także ograniczenia i wyjątki (np. praca w administracji publicznej wyłączona z tej swobody). Dodatkowo omówimy dyrektywę o delegowaniu pracowników i związane z nią wymogi dla firm wysyłających personel za granicę.
Metodyka szkolenia: Studia przypadków HR – uczestnicy przeanalizują konkretne sytuacje, np. firmę zatrudniającą specjalistów z różnych krajów UE lub oddelegowującą pracowników do oddziału za granicą. W grupach będą rozwiązywać kazusy: np. jak poradzić sobie z różnicami w lokalnym prawie pracy, gdy korzystamy z pracownika z innego kraju UE, lub jak zapewnić pracownikom delegowanym należne warunki zgodnie z prawem unijnym. Planowane są również mini-symulacje: uczestnicy odegrają role managerów HR planujących rekrutację w różnych krajach – będą musieli uwzględnić przepisy o swobodzie przepływu i koordynacji ubezpieczeń społecznych przy podejmowaniu decyzji. W trakcie warsztatów prowadzący przedstawi krótkie segmenty informacyjne (tzw. **mini-wykłady**) podsumowujące kluczowe przepisy, po czym od razu nastąpi ćwiczenie praktyczne utrwalające tę wiedzę. Nie zabraknie sesji Q&A, gdzie uczestnicy mogą poruszyć konkretne problemy ze swojej firmy.

Korzyści dla uczestników: Uczestnicy zdobędą **praktyczną wiedzę, jak efektywnie rekrutować i zarządzać pracownikami z innych krajów UE**, znając swoje prawa i obowiązki jako pracodawcy. Nauczą się, **jak uniknąć naruszeń przepisów o swobodzie przepływu osób**, np. związanych z dyskryminacją czy błędnym stosowaniem wymogów lokalnych (dowiedzą się, że obywatele UE nie potrzebują zezwoleń na pracę i muszą mieć równy dostęp do zatrudnienia. Dzięki ćwiczeniom z case studies zrozumieją procedury uznawania kwalifikacji i transferu świadczeń, co usprawni procesy kadrowe w ich organizacjach. W rezultacie będą potrafili **skuteczniej pozyskiwać talenty z całej Europy**, budując międzynarodowe zespoły przy zachowaniu pełnej zgodności z prawem.

Propozycja 5
Migracje w Europie 2030: trendy, polityki i implikacje dla biznesu

Zakres tematyczny: Strategiczne spojrzenie na zjawiska migracyjne w UE i ich wpływ na rynek pracy oraz otoczenie biznesowe w perspektywie najbliższych lat. Szkolenie przedstawi aktualne **trendy migracyjne** – m.in. starzenie się społeczeństw europejskich i związany z tym niedobór siły roboczej, rosnącą potrzebę imigracji pracowniczej do UE (według prognoz do 2050 r. populacja w wieku produkcyjnym w UE zmniejszy się o 20% , co rodzi zapotrzebowanie na setki tysięcy pracowników rocznie) oraz zmiany wywołane kryzysami (np. napływ uchodźców z Ukrainy w 2022/23). Omówimy, jak **polityka migracyjna UE ewoluuje** w odpowiedzi na te wyzwania – od Nowego Paktu o Migracji i Azylu, poprzez programy zachęcające wysoko wykwalifikowanych migrantów, po współpracę z krajami trzecimi (np. umowy z państwami sąsiedzkimi). Ważnym elementem będzie analiza, **co te zjawiska oznaczają dla sektora prywatnego**: np. które branże mogą odczuć braki kadrowe i będą musiały zabiegać o pracowników z zagranicy, jak konkurencja globalna o talenty (choćby w sektorze IT) wpłynie na polityki HR firm europejskich, oraz jak biznes może zaangażować się w integrację imigrantów (CSR, partnerstwa publiczno-prywatne). Poruszymy również temat **mitów i faktów** dotyczących skutków migracji – w oparciu o dane wyjaśnimy wpływ imigracji na gospodarkę (np. odciążenie systemów emerytalnych, wpływ na innowacyjność, ale też wyzwania integracyjne).

Metodyka szkolenia: Interaktywny warsztat strategiczny. Na początku uczestnicy otrzymają krótką prezentację z danymi i prognozami (infografiki przedstawiające trendy demograficzne, statystyki zatrudnienia imigrantów – np. informację, że w latach 2019–2023 prawie 2/3 nowych miejsc pracy w UE obsadzili obcokrajowcy spoza UE). Następnie, w grupach, wezmą udział w ćwiczeniu **scenario planning**: każda grupa opracuje scenariusz dla swojego sektora lub firmy, zakładający określone zmiany migracyjne (np. dalszy napływ uchodźców, zaostrzenie lub złagodzenie polityki migracyjnej) – zadaniem będzie zidentyfikować szanse i ryzyka dla biznesu oraz możliwe działania zaradcze. Wyniki scenariuszy zostaną zaprezentowane i omówione plenarnie. Kolejną metodą będzie **case study polityczne**: uczestnicy wcielą się w doradców rządu lub UE i przygotują krótkie rekomendacje działań, które jednocześnie odpowiadają na wyzwania migracyjne i uwzględniają interesy biznesu (np. uproszczenie procedur zatrudniania cudzoziemców, inwestycje w programy integracyjne). To ćwiczenie

uwrażliwi ich na proces kształtowania polityk publicznych i pokaże, jak firmy mogą komunikować swoje potrzeby decydentom. Prowadzący zapewni również **panel dyskusyjny** – zaprosi do rozmowy (na żywo lub w formie studium przypadku na wideo) menedżera, który podzieli się doświadczeniem jak jego organizacja radzi sobie z niedoborem pracowników poprzez rekrutacje zagraniczne lub programy dla uchodźców. Dzięki temu teoria zostanie powiązana z praktyką biznesową.
Korzyści dla uczestników: Szkolenie to pozwoli kadrze zarządzającej **wejrzeć w przyszłość i przygotować się na nadchodzące zmiany**. Wyposażeni w dane i prognozy, liderzy lepiej zrozumieją tło polityki migracyjnej UE – co ułatwi im planowanie długoterminowe (np. decyzje o automatyzacji vs. rekrutacji zagranicznej, lokowaniu inwestycji tam, gdzie dostęp do pracowników będzie większy). Uczestnicy nauczą się identyfikować **ryzyka biznesowe związane z migracjami** (np. potencjalne luki kadrowe, społeczne napięcia) oraz znajdą sposoby, jak im przeciwdziałać poprzez odpowiednie strategie HR i CSR. Poznają również **możliwości rozwoju** – np. dowiedzą się o funduszach UE i programach wspierających integrację imigrantów, w których firmy mogą brać udział, albo o inicjatywach partnerstw z samorządami w celu szkolenia nowych pracowników spośród migrantów. Generalnie, uczestnicy wyjdą z szerszą perspektywą: zamiast postrzegać migrację tylko jako wyzwanie, zobaczą ją jako źródło talentów i impuls do innowacji, jeśli jest odpowiednio zarządzana. Będą też lepiej przygotowani do dialogu z decydentami – zrozumieją, jak artykułować potrzeby biznesu w debacie publicznej o migracjach.