

課程名稱：17735_驅動永續決策論壇：剖析痛點・創新迎擊 企業與社創組織攜手迎戰永續議題！ | 仁舟淨塑 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
 - 職場新鮮人與專業企劃：欲了解企業 ESG 永續策略實務、責任採購與社會創新合作模式者。
 - 中階主管與企業決策者：希望為公司建立內部永續消費 DNA、規劃綠電採購策略或評估智慧節能轉型者。
 - 創業家與社創組織夥伴：欲與大企業對接合作、了解 Buying Power 機制及鏈結政府資源者。
- 能力門檻：入門（無硬性前置技術要求，具備基本企業經營概念或對 ESG 永續議題有興趣者皆適合收聽）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
 - 章節一：Better 2gether 與永續決策開場 — 說明政府平台搭橋角色、影響力投資觀念（做好事也能賺錢）及從 CSR、ESG 到 SDGs 的演進。
 - 章節二：企業永續落地實務與案例分享 — 介紹北富銀建立員工永續消費 DNA（永續市集/綠行動）與國泰人壽綠電採購及社會共好（步步攻億走）專案。
 - 章節三：社創組織與產業加值合作 — 剖析配客嘉循環包裝的 ESG 影響力與日澤國際鏈結谷林科技進行數據加值的合作模式。
 - 章節四：Buying Power 獎勵機制與社創平台 — 解析經濟部中小及新創企業署之 Buying Power 採購獎、特別獎及社創平台登錄流程。
 - 章節五：產業永續痛點對話與技術交流 — 探討咖啡渣循環經濟痛點（鴻旭科技/馳綠）、高耗能傳統產業節能與綠電策略（華夏

玻璃/太陽人全民電廠/詠鉉智能/新民公司)。

3. 必備前置知識清單

- **ESG 與 SDG 基礎概念**：了解環境（E）、社會（S）、公司治理（G）及聯合國永續發展目標之基本定義。
- **企業採購流程概念**：了解企業常規採購、員工福利與 CSR/永續報告書申報之運作背景。

4. 專有名詞與概念辭典

- **影響力投資（Impact Investing）**：投資標的除評估財務指標（賺錢）外，更強調同時放大與衡量其對社會與環境產生的正面影響力。
- **Buying Power 採購獎勵機制**：經濟部中小及新創企業署推動之獎勵機制，鼓勵企業透過採購或跨界合作支持登錄資料庫之社會創新組織。
- **SRF（Solid Recovered Fuel，固態再生燃料）**：將廢棄物（如咖啡渣、有機廢料等）經過轉化與均質化後，製成可供燃燒發電或提供熱能的固態燃料。
- **USR（University Social Responsibility，大學社會責任）**：大學結合師生專業鏈結在地社區，解決在地永續與社會問題之計畫。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：永續管理師 / ESG 策略企劃 / 責任採購經理
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能識別企業在碳排、能耗與廢棄物上的痛點，評估並引進合適的永續策略與供應鏈鏈結。
 - **工具操作與執行能力**：能規劃內部永續活動（如綠色行動/永續市集）、操作 Buying Power 採購報獎與社創組織媒合流程。