FORMACIÓN

Catálogo de Cursos

TECNICO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA RSC Y RSE

Sector: OFICINAS Y DESPACHOS

CONVOCATORIA ABIERTA. Si está interesado en este curso, por favor, consulte las fechas.

Modalidad: ONLINE

Duración: 100.00 horas

Objetivos:

El objetivo es obtener una formación en Responsabilidad Social Corporativa, para el desarrollo de un plan de responsabilidad social corporativa y poder conseguir su incorporación en una empresa, para desarrollar tareas de marketing social y para conseguir la fidelización de los empleados.

Contenidos:

PARTE 1. TEORÍA. GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES. MODELO RS10

MÓDULO 1. TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA RAZÓN ÉTICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- Tendencias actuales de la ética empresarial
- Principios y valores de la ética
- Ética y comportamiento humano
- El marco ético de la RSC
- ¿Qué elementos debe contener la RSC?
- ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de las PYMES
- Análisis de la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS EN LA EMPRESA

- Relaciones de la empresa con los grupos de interés
- Concepto y Tipología de los "stakeholders"
- Herramientas de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA TRANSPARENCIA DE LA RSC

- Códigos éticos de Conducta
- El Código Ético Empresarial
- Los Comités Éticos y de RSC
- Informes de RSC
- Memorias de Sostenibilidad según el GRI
- Otros informes y certificaciones privadas
- Auditorías éticas y de RSC
- El diseño de un programa de actuación de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CÓDIGO ÉTICO DE LA CONGDE

- El Código Ético de la CONGDE

MÓDULO 2. ACTUACIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INSTRUMENTOS Y ESTADO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA A NIVEL EUROPEO

- Instrumentos de RSC a nivel europeo
- Antecedentes de la RSC en la Unión Europea

- Estado de la RSC a nivel europeo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA RSC A NIVEL INTERNACIONAL

- La RSC en materia de Derechos humanos
- La RSC en materia de Derechos laborales
- La RSC en materia medioambiental
- La RSC en el ámbito de la Protección de Datos a nivel internacional
- Otras Normas e Iniciativas Internacionales sobre RSC
- Ventajas prácticas de la aplicación de la RSC en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LA RSC A NIVEL NACIONAL

- Introducción
- La RSC en el ámbito de los Derechos Humanos
- La RSC en el ámbito de los Derechos Laborales
- La RSC en el ámbito de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
- La RSC en el ámbito de la protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA NORMATIVA ISO 26000

- Introducción
- Antecedentes históricos
- Propósitos de la Norma ISO 26000
- Características de la Norma ISO 26000
- Terminología aplicada a la Norma ISO 26000
- Estructura y contenido de la Norma ISO 26000
- Principales grupos de stakeholders que intervienen en la Norma ISO 26000
- Actuaciones respecto a la Norma ISO 26000

UNIDAD DIDÁCTICA 9. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. MODELO RS10

- Introducción
- Concepto de auditoría
- La Responsabilidad Social Corporativa según el modelo RS10
- Auditorías en los sistemas de gestión según el modelo RS10
- Sistemas de gestión de la Responsabilidad Social
- Gestión de los recursos según el modelo RS10
- Requisitos del sistema de gestión de la Responsabilidad Social ante los grupos de interés
- Medición, análisis y mejora del sistema de gestión de la RS

MÓDULO 3. COMUNICACIÓN DE LA RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL MUNDO DEL MARKETING, LA ÉTICA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

- Introducción
- Características del Marketing Social
- La Responsabilidad Social y la ética en el Marketing
- Tipos de Marketing Social
- Marketing social y Responsabilidad Social
- La ampliación del concepto de marketing
- Plan de Marketing Social
- Resultados de la empresa con programas de Marketing Social Corporativo

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LAS ONG Y SU RELACIÓN CON EL MARKETING SOCIAL CORPORATIVO

- El papel e importancia de las organizaciones no lucrativas
- La gestión del marketing social corporativo por una ONG
- Diferentes maneras de hacer un plan de marketing social corporativo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EL MARKETING SOCIAL CORPORATIVO EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA

- Antecedentes, causas, definición y elementos en discordia en la sociedad española
- La controversia: el objetivo de un verdadero Marketing Social Corporativo
- Análisis de la controversia

- Actualidad sobre la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA CREACIÓN DE VALOR EN UNA ORGANIZACIÓN

- Introducción
- La fidelización, un valor añadido para los clientes
- La fidelización del cliente interno o empleado
- La creación de valor para el accionista
- La Ética empresarial como creación de valor

PARTE 2. RECURSOS. DOCUMENTACIÓN GENERAL DE INTERÉS.

- Herramienta informática en la gestión de la seguridad.
- Herramienta sobre Responsabilidad Social Corporativa Empresarial.
- Herramienta sobre Responsabilidad Social Empresarial.
- Herramienta sobre RS Empresarial.
- Metodologías de implantación de la RSC.
- Proyecto Emprende + Innova.
- Responsabilidad Social Corporativa: previendo sus implicaciones sociales.
- RSE en el sector privado nacional.