

EXPERTO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

PRESENTACION


La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la contribución empresarial al Desarrollo Sostenible. Esto significa que cuando una empresa, además de lograr una cuenta de resultados económicos positivos y aumentar su valor, debe ser viable a corto y medio plazo por su aportación al desarrollo sostenible tanto de su entorno como del planeta, siempre con respeto a los derechos humanos.

Plantear una buena estrategia de RSC significa, primeramente, incorporar a la cultura de empresa las nociones y conceptos más importantes que la definen, y necesariamente se han de desarrollar nuevas habilidades de comunicación, tanto interna como externa. Todos los grupos de interés deben de estar informados de los proyectos de RSC, de manera que la contribución de los mismos sea óptima.

La adopción de criterios de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la gestión empresarial entraña la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos y el escrutinio externo de los mismos. En este sentido se dice que las organizaciones ejercen su responsabilidad social cuando prestan atención a las expectativas que sobre su comportamiento tienen los diferentes grupos de interés (stakeholders: empleados, socios, clientes, comunidades locales, medioambiente, accionistas, proveedores,...), con el propósito último de contribuir a un desarrollo, social y ambientalmente sostenible y económicamente viable.

Duración: 225 horas

Modalidad: On line

Toda la información sobre nuestro curso 

Está dirigido a:

Directivos y técnicos de empresas. Organizaciones no gubernamentales. Gestores, técnicos y funcionarios de la Administración Central, Autonómica y Local. Estudiantes universitarios y de postgrado.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Facilitar al estudiante los conocimientos y estrategias adecuados para la implantación de programas de RSC en su empresa

OBJETIVOS ESPECÍFICOS :

- Entender el marco conceptual de la RSC y su situación actual a nivel nacional e internacional.
- Analizar la cultura de empresa y sus características, en función a la implantación de estrategias de RSC.
- Conocer y adaptar la comunicación interna de la empresa en función a las necesidades que plantea una política de RSC.

- Conocer y adaptar la comunicación externa de la empresa en función a las necesidades que plantea una política de RSC.
- Comprender las políticas y estrategias principales que las empresas tienen a su disposición para incorporar la RSC a su gestión.
- Conocer las herramientas disponibles actualmente en el mercado para llevar a la práctica los principios de la RSC.
- Analizar el peso que, en la creación de valor en las empresas tiene la gestión de intangibles y el criterio de gestión financiera responsable.

TEMARIO

Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Características del Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Responsabilidad Social Corporativa en un marco de desarrollo sostenible. Entorno de la Responsabilidad Social Corporativa. Situación en España. Evaluación General. Ejemplos de Buenas Prácticas. La Responsabilidad Social Corporativa a nivel internacional. Perfil jurídico de la Responsabilidad Social Corporativa.

Principios Básicos de la Responsabilidad Social Corporativa

La Formalización. Transparencia. Escrutinio. Casos de Estudio: El Reino Unido

La cultura de empresa

Concepto y significado de la cultura de empresa. Análisis de la cultura. Tipos de cultura de empresa. La gestión de la cultura de empresa. Influir en la cultura empresarial. El diagnóstico de la cultura de empresa. Cultura y Cambio Organizacional.

Comunicación interna

La comunicación como proceso. Acciones y funciones de la comunicación interna. Estilos de comunicación en la empresa. Liderazgo. El plan de comunicación. La comunicación como herramienta de gestión.

Comunicación externa

Acciones y funciones de la comunicación externa. El director de comunicación. Identificación de la imagen corporativa. Identidad corporativa. El plan de comunicación. La comunicación corporativa en la estrategia empresarial.

Gestión de Clientes Externos

La relación con el cliente: política de comunicación y planificación de medios. La relación con los medios. El contenido de la información

Componentes de la Responsabilidad Social Corporativa

Componentes de la Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. Niveles de la Responsabilidad Social Corporativa. Información Corporativa y Verificación. Verificación de Informes.

La Medición de la Responsabilidad Social Corporativa

Auditoría Social de la Organización. Normalización y Certificación. Inversión Socialmente Responsable. Comunicación y Reconocimiento Externo.

Implementación de Pautas de Responsabilidad Social Corporativa en la Pymes

Autodiagnóstico. Definición de Objetivos. Planificación Estratégica. La Memoria

Iniciativas y Experiencias

Informe Anual de RSC del Grupo ACS. Ejemplos de RSC en Empresas Europeas. Memoria RSC 2005 del Banco Santander (Santiago de Chile).

BOLSA DE TRABAJO (sólo modalidad presencial)

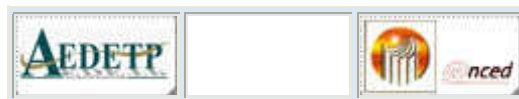
El objetivo de éste departamento es promover y gestionar la incorporación de sus alumnos al mercado laboral. En el momento de formalizar la matrícula, el alumno deberá entregar CV y fotografía reciente para ser gestionado en la Bolsa de Trabajo. A lo largo del curso, el alumno tendrá la oportunidad de renovar su CV y recibir asesoramiento sobre procesos de selección en los que esté participando o vaya a participar.

FORMASELECT como Escuela de Negocios, pero también como Consultora de Empresas, ofrece a sus alumnos la ventaja de gestionar el CV directamente entre el cliente y nosotros mismos, sin ningún otro tipo de intermediarios. El cliente cuenta con el valor añadido de saber que la base de datos que se le ofrece está perfectamente cualificada para el desarrollo de la labor requerida.

Una de las claves de este éxito radica en que tanto la impartición de las clases, como las tutorías o la participación en chats, está realizada por consultores de empresas de reconocido prestigio.

HOMOLOGACIONES Y RECONOCIMIENTOS

La Escuela de Negocios **FORMASELECT** recibe las homologaciones de **AEDETP** (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), **ANCED** (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia). Estas tres organizaciones homologan y certifican centros de formación con el fin de garantizar unos criterios de calidad formales, para el correcto desarrollo de las acciones formativas propuestas por nuestro centro.



Todas las empresas que han colaborado y colaboran con **FORMASELECT**, quedan satisfechas con el servicio prestado y su confianza se traduce en posteriores acuerdos tanto a nivel de Consultoría como en Formación.

Por tercer año consecutivo, la agencia **TMP Worldwide Advertising & Communications**, nos ha destacado como una de las principales Escuelas de Negocio a nivel nacional

c/ Gran Vía, 46 – Plaza del Callao, 4, 6ª planta 28013
c/ Sagasta, nº 20, 1ª Planta, 28004
Madrid - España
+34 91 593 15 45
informacion@formaselect.com
www.formaselect.com

El apoyo de diferentes medios, junto con el respaldo de las mejores empresas e instituciones, es el argumento de éxito y calidad que sostiene nuestra empresa. Respaldan públicamente el servicio de **FORMASELECT**:



EMPRESAS COLABORADORAS

Como garantía y aval de la formación impartida, podemos presumir de tener convenios de colaboración con más de 120 empresas, convenios que van desde el acuerdo para poner a los alumnos del centro en disposición para realizar prácticas en las empresas clientes, hasta acuerdos de consultoría y formación a todos los niveles.

Señalamos a continuación, las empresas colaboradoras con la **Escuela de Negocios FORMASELECT** más destacadas: [VER LISTADO COMPLETO DE EMPRESAS COLABORADORAS](#)

