



 **EUROINNOVA.ES**
Líder en Formación a distancia

Técnico Superior en Gestión de la Responsabilidad Social en Empresas y Organizaciones. Modelo RS10

+ Información Gratis

Titulación acreditada por la Comisión Internacional de Formación de la UNESCO

Técnico Superior en Gestión de la Responsabilidad Social en Empresas y Organizaciones. Modelo RS10

Duración: 300 horas

Precio: 150 € *

Modalidad: A distancia

* Materiales didácticos, titulación oficial y gastos de envío incluidos.

Descripción

La Responsabilidad Social Corporativa es un término que va cobrando cada vez mayor importancia en el seno de las organizaciones, ya que las preocupaciones de nuestro siglo sobre asuntos sociales y otros de carácter medioambiental, etc., constituyen aspectos que debemos cuidar en todos los niveles, incluyendo el empresarial. El presente curso dotará al alumno de los conocimientos necesarios 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.



A quién va dirigido

El curso está dirigido a aquellas personas, profesionales o no, que se encuentren interesados en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa, teniendo la materia especial relevancia en el contexto profesional de los Recursos Humanos y en las Áreas de Comunicación y Formación de las empresas.

Objetivos

Entender el marco conceptual de la RSC y su situación actual a nivel nacional e internacional. 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.

Para que te prepara

El curso capacita a los alumnos para desarrollar y gestionar un plan de Responsabilidad Social dentro de las organizaciones, conociendo en profundidad todos los aspectos legales, éticos, empresariales, etc. que intervienen en dicho proceso.

Salidas laborales

Sector empresarial, Sector financiero, Asesorías, Departamentos de Comunicación, Departamentos de Recursos Humanos, Departamentos de Formación, etc.

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios.

Los materiales son de tipo monográfico, de sencilla lectura y de carácter eminentemente práctico. La metodología a seguir se basa en leer el manual teórico, a la vez que se responden las distintas cuestiones y ejercicios que se incluyen dentro del cuaderno de ejercicios.

Así mismo podrá visualizar los contenidos del CDROM que se incluyen como material complementario de consulta al curso.

Para su evaluación, el alumno/a deberá hacernos llegar en el sobre de franqueo en destino, dicho cuaderno de ejercicios. La titulación será remitida al alumno/a por correo, una vez se haya comprobado el nivel de satisfacción previsto (60% del total de las respuestas).

Materiales didácticos

- CDROM 'Responsabilidad Social Corporativa'
- Manual teórico 'Gestión de la Responsabilidad Social en Empresas y Organizaciones. Modelo RS10'
- Cuaderno de ejercicios



Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido:

- **Master a distancia y online:** El plazo de finalización será de 12 meses a contar desde la fecha de recepción de las materiales del curso.

- **Curso a distancia y online:** El plazo de finalización será de 6 meses a contar desde la fecha de recepción de los materiales del curso.

En ambos casos, si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

Programa formativo

PARTE 1. RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES

MÓDULO I. TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

TEMA 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

TEMA 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

TEMA 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

TEMA 4. EL CÓDIGO ÉTICO DE LA CONGDE

El Código Ético de la CONGDE

MÓDULO II. ACTUACIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

TEMA 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

TEMA 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

TEMA 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

TEMA 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

TEMA 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 III. COMUNICACIÓN DE LA RSC

TEMA 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

TEMA 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

TEMA 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

TEMA 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: CDROM - 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.