

ACCIÓN FORMATIVA

DENOMINACIÓN DE LA ACCIÓN FORMATIVA

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Nº HORAS

125

MODALIDAD

MIXTA (24 H PRESENCIALES Y 101 H A DISTANCIA)

OBJETIVOS DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Objetivos generales

- Conocer y profundizar en el concepto y en las diferentes dimensiones de la RSC, aprendiendo las principales herramientas para la puesta en marcha de una estrategia de RSC.

Objetivos específicos

- Conocer las herramientas disponibles actualmente para llevar a cabo una estrategia de RSC.
- Adaptar tanto la comunicación interna como externa de una empresa a las necesidades que se planteen desde la política de RSC.
- Mejorar la gestión de las relaciones con los "stakeholders".
- Conocer el valor que las prácticas de RSC pueden aportar a las empresas.
- Conocer los principios generales de la ética profesional dentro de las empresas
- Conocer el tipo de obligaciones que tiene la empresa con los agentes implicados en este proceso: accionistas, empleados, proveedores, clientes, etc.
- Identificar las diferentes dimensiones tanto a nivel nacional como internacional de la RSC.
- Identificar el potencial emprendedor que permita el autoreconocimiento para el desempeño en el mundo laboral y de la vida.
- Transmitir la idea de que el autoempleo es una salida profesional posible.
- Ofrecer una alternativa al empleo por cuenta ajena.
- Proporcionar información sobre el Autoempleo como vía de acceso al mercado laboral.
- Propiciar entre los alumnos la autorreflexión sobre las cualidades básicas del emprendedor.
- Dar a conocer la utilidad del Plan de Empresa como instrumento básico para la puesta en marcha del proyecto empresarial, así como proporcionar los conocimientos básicos para su elaboración.
- Dar a conocer las formas de constitución de una empresa.
- Informar sobre organismos a los que podemos acudir si decidimos crear una empresa.

CONTENIDOS DE LA ACCIÓN FORMATIVA

Contenidos

Unidad didáctica 1: Responsabilidad Social Corporativa

- 1.1. Conceptualización
- 1.2. Normativa de RSC
- 1.3. Gestión de los grupos de interés
- 1.4. Principios generales para hacer un análisis de la situación actual.

Unidad didáctica 2: La empresa

- 2.1. Cultura empresarial.
- 2.2. Tipos de cultura empresarial.
- 2.3. Cambio organizacional.

Unidad didáctica 3: Comunicación interna y externa

- 3.1. Funciones de la comunicación interna.
- 3.2. Liderazgo dentro de la empresa
- 3.3. Comunicación como herramienta de gestión.
- 3.4. Funciones de la comunicación externa.
- 3.5. Identificación de la imagen corporativa.
- 3.6. Comunicación corporativa en la estrategia empresarial.

Unidad didáctica 4: La ética empresarial

- 4.1. Fundamentos éticos
- 4.2. La ética y los valores empresariales
- 4.3. La importancia de la misión.
- 4.4. El proceso de la ética
- 4.5. Como elaborar un código ético
- 4.6. El sistema ético en las empresas
- 4.7 La ética y la calidad

Unidad didáctica 5: Dimensiones y grupos

- 5.1. Dimensiones transversales de la RSC.
- 5.2. Cuestiones a tener en cuenta
- 5.3. Agentes: empleados, comunidad, medioambiente, clientes, competencia, etc.

Unidad didáctica 6: Herramientas de gestión

- 6.1. Sistemas de gestión.
- 6.2. Inversiones financieras
- 6.3. Principios básicos de contabilidad con RSC.
- 6.4. Balance social.
- 6.5. Certificación y auditoría.

Unidad didáctica 7: Aplicaciones de la RSC a nivel nacional e internacional

- 7.1. Ámbitos de actuación de la RSC a nivel internacional y nacional
- 7.2. La RSC en materia de derechos humanos.
- 7.3. La RSC en materia de derechos laborales.
- 7.4. La RSC en materia medioambiental.
- 7.5. La RSC en el ámbito de la protección de datos.
- 7.6. Otras normas e iniciativas internacionales sobre RSC
- 7.7. Otras normas e iniciativas nacionales sobre RSC

MÓDULO DE EMPRENDIMIENTO