



www.formatesincoste.com

info@formatesincoste.com

Tfno: 956 074 222/655 617 059

Fax: 956 922 482

Técnico en Responsabilidad Social Corporativa RSC y RSE

Duración: 80 horas

Coste Bonificable: 600 €

Modalidad: Online

Objetivos

Este curso en Responsabilidad Social Corporativa RSC y RSE le ofrece 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

1. Tendencias actuales de la ética empresarial
2. Principios y valores de la ética
3. Ética y comportamiento humano
4. El marco ético de la RSC
5. ¿Qué elementos debe contener la RSC?
6. ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de las PYMES

7. Análisis de la RSC en España

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

1. Relaciones de la empresa con los grupos de interés
2. Concepto y Tipología de los "stakeholders"
3. Herramientas de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE LA TRANSPARENCIA DE LA RSC

1. Códigos éticos de Conducta
2. El Código Ético Empresarial
3. Los Comités Éticos y de RSC
4. Informes de RSC
5. Memorias de Sostenibilidad según el GRI
6. Otros informes y certificaciones privadas
7. Auditorías éticas y de RSC
8. El diseño de un programa de actuación de RSC

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CÓDIGO ÉTICO DE LA CONGDE

1. 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

1. Instrumentos de RSC a nivel europeo
2. Antecedentes de la RSC en la Unión Europea

3. Estado de la RSC a nivel europeo

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

1. La RSC en materia de Derechos humanos
2. La RSC en materia de Derechos laborales
3. La RSC en materia medioambiental
4. La RSC en el ámbito de la Protección de Datos a nivel internacional
5. Otras Normas e Iniciativas Internacionales sobre RSC
6. Ventajas prácticas de la aplicación de la RSC en la empresa

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

1. Introducción
2. La RSC en el ámbito de los Derechos Humanos
3. La RSC en el ámbito de los Derechos Laborales
4. La RSC en el ámbito de la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
5. La RSC en el ámbito de la protección de datos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA NORMATIVA ISO 26000

1. Introducción
2. Antecedentes históricos
3. Propósitos de la Norma ISO 26000
4. Características de la Norma ISO 26000
5. Terminología aplicada a la Norma ISO 26000



6. Estructura y contenido de la Norma ISO 26000
7. Principales grupos de stakeholders que intervienen en la Norma ISO 26000
8. Actuaciones respecto a la Norma ISO 26000

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

1. Introducción
2. Concepto de auditoría
3. La Responsabilidad Social Corporativa según el modelo RS10
4. Auditorías en los sistemas de gestión según el modelo RS10
5. Sistemas de gestión de la Responsabilidad Social
6. Gestión de los recursos según el modelo RS10
7. Requisitos del sistema de gestión de la Responsabilidad Social ante los grupos de interés
8. Medición, análisis y mejora del sistema de gestión de la RS
9. MÓDULO 3. COMUNICACIÓN DE LA RSC

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

1. Introducción
2. Características del Marketing Social
3. La Responsabilidad Social y la ética en el Marketing
4. Tipos de Marketing Social
5. Marketing social y Responsabilidad Social



6. La ampliación del concepto de marketing
7. Plan de Marketing Social
8. Resultados de la empresa con programas de Marketing Social Corporativo

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

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

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

1. Antecedentes, causas, definición y elementos en discordia en la sociedad española
2. La controversia: el objetivo de un verdadero Marketing Social Corporativo
3. Análisis de la controversia
4. Actualidad sobre la RSC en España

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA CREACIÓN DE VALOR EN UNA ORGANIZACIÓN

1. Introducción
2. La fidelización, un valor añadido para los clientes
3. La fidelización del cliente interno o empleado
4. La creación de valor para el accionista
5. La Ética empresarial como creación de valor



www.formatesincoste.com

info@formatesincoste.com

Tfno: 956 074 222/655 617 059

Fax: 956 922 482

PARTE 2. RECURSOS. DOCUMENTACIÓN GENERAL DE INTERÉS.

1. Herramienta informática en la gestión de la seguridad.
2. Herramienta sobre Responsabilidad Social Corporativa Empresarial.
3. Herramienta sobre Responsabilidad Social Empresarial.
4. Herramienta sobre RS Empresarial.
5. Metodologías de implantación de la RSC.
6. Proyecto Emprende + Innova.
7. Responsabilidad Social Corporativa: previendo sus implicaciones sociales.
8. RSE en el sector privado nacional.