

PROGRAMA EXPERTO

**EXPERTO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN
LA EMPRESA**

Programa experto



ÍNDICE

EXPERTO EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA	.1
Programa experto	1
1. CARACTERÍSTICAS	3
1.1. DESCRIPCIÓN BREVE DEL CURSO	3
1.2. HORAS CERTIFICADAS Y MODALIDAD	3
Horas Certificadas	3
Plazo máximo de realización	3
Modalidad	3
1.3. DESTINATARIOS	4
2. OBJETIVOS	4
2.1. OBJETIVOS	4
3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN	5
3.1. METODOLOGÍA	5
3.1.1. A distancia/ online.....	6
3.1.2. Online	6
3.2. EVALUACIÓN.....	6
4. PROGRAMA	7
Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	7
Principios Básicos de la Responsabilidad Social Corporativa	7
La cultura de empresa	7
Comunicación interna	7
Comunicación externa.....	7
Gestión de Clientes Externos	7
Componentes de la Responsabilidad Social Corporativa	8
La Medición de la Responsabilidad Social Corporativa	8
Implementación de Pautas de Responsabilidad Social Corporativa en la Pymes	8
Iniciativas y Experiencias	8
5. PROFESORADO	8
6. CERTIFICACIÓN	9
7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA	9
8. FORMAS DE PAGO	9
9. CONTACTO	10

1. CARACTERÍSTICAS

1.1. Descripción breve del curso

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.

1.2. Horas Certificadas y Modalidad

Horas Certificadas	225
Plazo máximo de realización	6 meses
Modalidad	A distancia/ On Line

1.3. Destinatarios

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

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivos

Objetivo General

- Facilitar al estudiante los conocimientos y estrategias adecuados para la implantación de programas de RSC en su empresa
- Dotar al alumno de herramientas y técnicas que faciliten y optimicen la comunicación interna existente en la organización así como la comunicación externa utilizada como valor estratégico

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. Objetivo General.
- Conocer la importancia de la Comunicación Interna y los elementos que la componen.
- Reconocer y diferenciar los elementos que componen la identidad visual Saber gestionar de forma efectiva la Imagen Corporativa.
- Conocer los Procesos de un Plan de Comunicación para ser capaz de elaborarlo de manera efectiva así como su posterior evaluación.
- Reconocer y diferenciar los elementos que componen la identidad visual Saber gestionar de forma efectiva la Imagen Corporativa.

3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

3.1. Metodología

Nuestra escuela trabaja para conseguir formar a profesionales perfectamente capacitados.

En nuestros cursos **el alumno es el verdadero protagonista** de su formación y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje.

Por ello, en cada curso el alumno cuenta con un **Tutor Personalizado** que se encarga de velar por su proceso de aprendizaje. Resolviendo sus dudas y asesorándole.

Nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica "Aprender haciendo" ("Learning by doing").

Por eso, nuestro campus, cuenta con **herramientas de comunicación** y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, mensajería interna, correo electrónico, etc.

A continuación se detallan las dos modalidades que ofrecemos a nuestros alumnos:

3.1.1. A distancia/ online

Este tipo de modalidad incluye:

- Envío de material al domicilio del alumno (gastos de envíos incluidos en el precio del curso)
- Plataforma educativa: disponible las 24 horas del día, todos los días del año.

(Esta modalidad sólo está disponible para alumnos residentes en territorio español, incluido Islas Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla)

3.1.2. Online

Este tipo de modalidad supone la completa realización del Programa Formativo a través del Campus Virtual. Incluye toda la documentación y material didáctico necesario para la realización completa de los estudios. No precisa de traslados para evaluaciones.

3.2. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de casos prácticos. Éstos están basados en casos reales extraídos del mundo laboral, de manera que el alumno podrá aplicar los conocimientos adquiridos en su futuro trabajo o en el que ya desempeña. Una vez estudiado el material didáctico en profundidad, el alumno debe realizar todos los casos prácticos propuestos y enviarlos a su tutor personal para su corrección.

Si cumple con los objetivos marcados en los ejercicios y están suficientemente desarrollados, el equipo de tutorías le enviará una hoja de evaluación con aquellas anotaciones que considere oportunas. En el caso de que la calidad de dichos ejercicios no llegue a los mínimos establecidos, los tutores se pondrán en contacto con usted con el fin de asesorarle en su mejora.

Se dará por concluido el curso cuando se hayan superado positivamente todos los casos prácticos.

4. PROGRAMA

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).

5. PROFESORADO

Los contenidos de todos nuestros Máster y Cursos han sido diseñados y desarrollados por un claustro de profesores expertos en cada una de las materias, garantizando un carácter práctico y pedagógico.

Consultores senior y junior, expertos en cada área de conocimiento, son responsables de la atención a nuestro alumnado y de la actualización de los contenidos del Campus Virtual.

El grupo de tutores atiende de forma personalizada al alumno, le orienta sobre el estudio de la materia, responde a las dudas que le surjan y dinamiza la participación de estudiantes de diferentes culturas empresariales en espacios de discusión e intercambio.

6. CERTIFICACIÓN

Una vez finalizado este curso el alumno recibirá un certificado expedido por CLAY Formación Internacional y la Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE), y homologado por las siguientes instituciones que garantizan y certifican la calidad de nuestros estudios:

AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios)

ANCED (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia)

7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Para realizar la inscripción tiene las siguientes opciones:

- Contactar a través del correo electrónico con el consultor/a que le ha enviado esta información
- Enviar un correo a la dirección cursos@clayformacion.com donde indique sus datos personales para ponernos en contacto con usted
- Si reside en España puede llamar al teléfono **902 36 73 76** pero si quiere llamarnos desde otro país tendrá que marcar **0034 923 19 19 62**

8. FORMAS DE PAGO

Contamos con las siguientes formas de pago:

- Transferencia o ingreso bancario
- Tarjeta de crédito (pago on-line)
- Domiciliación bancaria
- Contra reembolso
- Western Union

9. CONTACTO

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

CLAY Directo (España): 902 36 73 76

International Calling: (34) 923 19 19 62

Fax: 923 13 48 80

Mediante el correo electrónico: cursos@clayformacion.com o el correo de su consultor/a personal.