

# Responsabilidad social corporativa: RSC y RSE

## + Objetivos:

Capacitar para el desarrollo de un plan de responsabilidad social corporativa y poder conseguir su incorporación en una empresa. Desarrollar tareas de marketing social y conseguir la fidelización de los empleados.

## + Contenidos:

### **MÓDULO 1. TEORÍA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CÓDIGO ÉTICO DE LA CONGDE**

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**

Instrumentos de RSC a nivel europeo

Antecedentes de la RSC en la Unión Europea

Estado de la RSC a nivel europeo

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL. MODELO IQNET SR 10**

Introducción al Modelo IQNet SR10

El Sistema de Gestión de la Responsabilidad Social según el Modelo IQNet SR10

La Responsabilidad de la Dirección

La Gestión de los recursos según el modelo IQNet SR10

Requisitos del Sistema de Gestión de la RS y los Grupos de Interés

Concepto de Auditoría

## **MÓDULO 3. COMUNICACIÓN DE LA RSC**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 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

## **UNIDAD DIDÁCTICA 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