

NUEVO

# Experto en Responsabilidad Social


**Duración y horarios** 60 h

El programa se desarrolla en 5 módulos independientes de 12 horas cada uno, que se impartirán en jueves y viernes con los siguientes horarios:

jueves de 10:00 a 19:00  
viernes de 09:00 a 14:30.

**Fechas y lugar de impartición**

Módulo I	06 - 07 octubre	Madrid
Módulo II	20 - 21 octubre	Madrid
Módulo III	27 - 28 octubre	Madrid
Módulo IV	10 - 11 noviembre	Madrid
Módulo V	17 - 18 noviembre	Madrid

El número máximo de asistentes al curso es de 25 alumnos. Las solicitudes de inscripción se tramitarán por riguroso orden de llegada.

**Importe** 2 400 € + 18 % IVA

Miembros de AENOR 10% de descuento. Este coste incluye la documentación del alumno, los cafés, almuerzos y certificado

**TITULACIÓN**

Tras haber realizado este programa, el alumno podrá presentarse a un examen para obtener la **Titulación Propia de Aenor - Experto en Responsabilidad Social**

La Responsabilidad Social se está consolidando como una de las tendencias fundamentales del panorama empresarial actual. El compromiso con las personas, la sociedad y el medio ambiente se traduce en acciones concretas que buscan el beneficio de todas las partes implicadas.

Son ya muchas las organizaciones que han incorporado la Responsabilidad Social a su gestión, o que están en vías de hacerlo, como un modo de añadir valor a la empresa.

En esta situación, se hace necesario que los integrantes de los equipos que van a gestionar la Responsabilidad Social tengan una formación exhaustiva en esta materia, y sean capaces de manejar todos los campos relacionados con ella, desde el planteamiento inicial de la estrategia hasta la gestión de los aspectos económicos, sociales y ambientales específicos.

El programa que le ofrecemos desde AENOR está pensado para que el alumno obtenga todos los conocimientos que demanda el mercado, y sea perfectamente capaz de liderar la estrategia de su compañía en materia de Responsabilidad Social, o bien de incorporarse al equipo que integra la gestión ética en la gestión empresarial.

**DIRIGIDO A**

Este curso está dirigido a todas aquellas personas que tengan responsabilidad directa o indirecta en la Responsabilidad Social de su empresa; departamentos de responsabilidad social, comunicación, reputación corporativa, relaciones con inversores, acción social, recursos humanos, y en general, a todos los profesionales interesados en conocer las implicaciones que este nuevo concepto empresarial supone de cara a la gestión y a las nuevas relaciones de la empresa con la sociedad.

**OBJETIVO**

- Entender el concepto y las dimensiones de la Responsabilidad Social
- Comprender las políticas y estrategias que pueden aplicar las empresas para incorporar la RS a su gestión
- Analizar el impacto de la RS en la gestión empresarial, valorando los riesgos y las oportunidades que genera
- Identificar y priorizar los grupos de interés y desarrollar una estrategia de comunicación con los mismos
- Conocer los modelos y herramientas disponibles para llevar a la práctica los principios de la RS
- Analizar las últimas tendencias relacionadas con los aspectos sociales y ambientales de las actividades empresariales
- Valorar cada uno de los factores sociales, económicos y ambientales que implica la RS y definir la forma de comunicarlos de manera eficaz y transparente

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA. CONTENIDOS

**MÓDULO I****Responsabilidad Social y estrategia empresarial**

- Concepto y dimensiones del desarrollo sostenible
- Estrategias empresariales de desarrollo sostenible
- Ética empresarial
- La Responsabilidad Social (RS). Fundamentos
- Compromiso con la RS. Pacto mundial
  - Principios del pacto mundial
  - Adhesión al pacto mundial
- Situación actual y perspectiva de la Responsabilidad Social en las empresas
- Beneficios que obtienen las organizaciones al adoptar una estrategia de RS
- Caso práctico

**MÓDULO II****Relación y diálogo empresarial con los grupos de interés**

- Identificación y diálogo con los grupos de interés
  - Identificación, descripción, comprensión y priorización de los grupos de interés
  - Identificación de los temas clave
  - Estrategias de diálogo con los grupos de interés
- Evaluación de los riesgos
  - Identificación de los riesgos asociados al impacto sobre los grupos de interés
  - Metodología de análisis de riesgos
- Gobierno corporativo. Relaciones con accionistas, inversores y propietarios
- Relaciones con la cadena de valor de las organizaciones: clientes, proveedores, alianzas, competidores,...
- Relación de la organización con los empleados. Integración, diversidad, igualdad
- Caso práctico

**MÓDULO III****Modelos y guías para la implantación de la RS**

- Herramientas para la integración de la Responsabilidad Social en las actividades y decisiones de las organizaciones
- La guía ISO 26000. Directrices relativas a la Responsabilidad Social
- RS 10. Requisitos de un sistema de gestión de la Responsabilidad Social
- Modelo EFQM de Excelencia
- Norma SGE21. Sistema de la gestión ética y socialmente responsable
- Norma SA8000. Responsabilidad Social
- Modelo de empresas familiarmente responsables (EFR)
- Integración de modelos
- Incorporación de la Responsabilidad Social a otros sistemas de gestión de la empresa
- Caso práctico

**MÓDULO IV****Dimensión ambiental de la Sostenibilidad**

- Sociedad, economía y medio ambiente
  - Política ambiental y marco legislativo
  - Economía ambiental
  - Instrumentos fiscales
- Aspectos ambientales y gestión ambiental
  - Sistemas de gestión ambiental. Norma ISO 14001 y Reglamento EMAS
- Riesgos ambientales
- Cambio climático
  - Causas y consecuencias
  - Medidas contra el cambio climático
  - Políticas energéticas
- Caso práctico

**MÓDULO V****Comunicación de resultados**

- Presentación de los resultados de una empresa en su triple dimensión económica, social y ambiental
- Comunicación de la RSC
- Imagen y reputación
- Informes de buen gobierno
- Códigos éticos y de buenas prácticas
- Memorias de *sostenibilidad*. Guía GRI de elaboración de memorias
- La norma AA1000 para la rendición de cuentas sociales y éticas por parte de las empresas
- El *Marketing* Ecológico
- Caso práctico

Este programa ha de realizarse de forma completa, no existiendo la posibilidad de optar a módulos sueltos.