MERCURY

تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات

3 – 7 مايو 2027

جنيف (سويسرا)



Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات

المرجع: 189954_120143 **التاريخ:** 3 – 7 مايو 2027 **المكان:** جنيف (سويسرا) **الرسوم:** Euro 6500

المقدمة:

تُعدّ المسؤولية الاجتماعية للشركات ركيزة أساسية في بناء الثقة بين المؤسسات والمجتمع، إذ تعبّر عن التزام الشركات بالمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة وتحسين حياة الأفراد والبيئة. أصبح مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات أحد أهم المعايير لقياس نجاح المؤسسات الحديثة في الأسواق المحلية والعالمية. تسعى دورة تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات، إلى تعريف المشاركين بأبرز تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات وكيفية التغلب عليها بأساليب استراتيجية فعالة. تتناول أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في تعزيز سمعة المؤسسة وبناء صورتها الإيجابية أمام المجتمع والعملاء.

تهدف هذه الدورة التدريبية في تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات، إلى تمكين المشاركين من فهم العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والحوكمة، وكيفية تحقيق التوازن بين تحقيق الأرباح وممارسات المسؤولية الاجتماعية. وتسلّط الضوء على تحديات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات، خصوصاً في بيئات الأعمال المعقدة والأسواق الناشئة. كما تناقش هذه الدورة التدريبية، واقع المسؤولية الاجتماعية للشركات في الخليج العربي والشرق الأوسط، مع تقديم أمثلة على المسؤولية الاجتماعية للشركات الناجحة، ودراسة أثرها على سمعة المؤسسات واستدامتها.

الفئات المستهدفة:

تستهدف دورة تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- موظفو الشركات الخاصة والمؤسسات العامة.
- العاملون في أقسام التخطيط والاستدامة والتواصل المؤسسي.
- مدراء الإدارات التنفيذية والاستراتيجية.
- المستشارون المهتمون بتطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات.
- موظفو المؤسسات الحكومية والجهات الخيرية.
- العاملون في القطاعات الصناعية والخدمية.
- رواد الأعمال الساعون لتعزيز مبادئ المسؤولية المجتمعية.
- الأكاديميون والباحثون في مجالات التنمية المستدامة.
- مسؤولو العلاقات العامة والاتصال المؤسسي.
- جميع المهتمين بتطوير فهم أعمق حول فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

أهداف الدورة التدريبية:

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات، سيكون المشاركون قادرين على:

- تحليل مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات وتطوره التاريخي وأبعاده الأخلاقية والاقتصادية.
- توضيح أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز الولاء المؤسسي.
- تفسير العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والحوكمة وأثرها في تحقيق الشفافية والمساءلة.
- تحديد أبرز تحديات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات وطرق معالجتها بأساليب عملية.
- تقييم ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في البيئات الإقليمية المختلفة.
- تصميم استراتيجيات فعالة لـ تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات بما يتوافق مع الأهداف المؤسسية.
- استخدام أدوات قياس لقياس تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات والمجتمع على الأداء المؤسسي.
- تحليل العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والبيئة ودورها في الحد من الأثر البيئي السلبي.
- مناقشة تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة الشركات وبناء صورة إيجابية للعلامة التجارية.
- تعزيز مهارات التفكير التحليلي لتطوير مبادرات مبتكرة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات والموظفين والعملاء.

الكفاءات المستهدفة:

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- مهارة التحليل والتقييم النقدي لمبادرات المسؤولية الاجتماعية.
- القدرة على التخطيط الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية المؤسسية.
- فهم شامل للعلاقة بين الأخلاقيات والحوكمة والمسؤولية المجتمعية.
- مهارة التواصل الفعال مع الأطراف المعنية والمجتمع المحلي.
- القدرة على إعداد تقارير شفافة عن الأداء الاجتماعي للشركة.
- تطوير التفكير الابتكاري في تصميم مبادرات مجتمعية فعالة.
- مهارة ربط المسؤولية الاجتماعية بأهداف العمل والتنافسية.
- فهم آليات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الأسواق الإقليمية.
- تعزيز الوعي بالبعد البيئي والاجتماعي في القرارات المؤسسية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

دراسة سيناريوهات:

في تدريب تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات، سيطور المشاركون قدراتهم من خلال دراسة السيناريوهات التالية:

- تحليل حالة شركة عالمية فشلت في إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات وتأثير ذلك على سمعتها.
- دراسة نموذج ناجح من المسؤولية الاجتماعية للشركات في الخليج العربي وأسباب نجاحه.
- مقارنة بين ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات في الشرق الأوسط والدول الأوروبية.
- مناقشة التحديات التي تواجه الشركات الصغيرة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات.
- تحليل قرارات تنفيذية متعلقة بتوازن الأرباح والاستدامة البيئية.
- تقييم أثر مبادرة اجتماعية على ولاء الموظفين وصورة العلامة التجارية.
- بحث دور القيادة العليا في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات والمجتمع.

محتوى الدورة:

الوحدة الأولى: المفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات:

- تعريف شامل لـ مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات ومكوناته.
- التطور التاريخي لمفهوم المسؤولية الاجتماعية منذ نشأته وحتى العصر الحديث.
- تحليل نظريات مثل نظرية "الأطراف المعنية" ونظرية "القيمة المشتركة".
- مناقشة العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والتنمية المستدامة.
- استعراض الأبعاد الأربعة في نموذج كارول الاقتصادية، القانونية، الأخلاقية، الخيرية.
- دراسة أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات في الاستراتيجيات المؤسسية.
- عرض أمثلة على المسؤولية الاجتماعية للشركات الناجحة عالميًا.
- مناقشة العلاقة بين السمعة المؤسسية والمسؤولية المجتمعية.
- تحليل كيف تسهم المسؤولية الاجتماعية للشركات والبيئة في الحفاظ على الموارد الطبيعية.
- استكشاف الفروق بين المفاهيم التقليدية والمعاصرة للمسؤولية الاجتماعية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الثانية: أهمية ودور المسؤولية الاجتماعية في الأعمال:

- تفسير الدور الاقتصادي والاجتماعي للمسؤولية المؤسسية.
- العلاقة بين فوائد المسؤولية الاجتماعية للشركات ونجاح الأعمال التجارية.
- استعراض كيف تؤثر المبادرات المجتمعية في بناء الثقة مع العملاء.
- تحليل العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والولاء المؤسسي.
- دراسة أثر تأثير المسؤولية الاجتماعية على سمعة الشركات في الأسواق التنافسية.
- العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والعملاء من منظور القيم المشتركة.
- مناقشة مساهمة المسؤولية الاجتماعية للشركات والموظفين في تحسين بيئة العمل.
- فهم كيفية دمج المسؤولية الاجتماعية في التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات.
- تسليط الضوء على المسؤولية الاجتماعية للشركات في الخليج العربي ودورها التنموي.
- استعراض الممارسات الناجحة في تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات ضمن البيئات المتغيرة.

الوحدة الثالثة: الحوكمة والأخلاقيات والمسؤولية الاجتماعية:

- شرح العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والحوكمة في تعزيز الشفافية.
- تحليل البعد الأخلاقي في اتخاذ القرارات المؤسسية.
- استعراض نماذج عالمية لدمج أخلاقيات الأعمال في الممارسات المؤسسية.
- مناقشة المعايير الدولية الخاصة بالاتفاقية العالمية للأمم المتحدة.
- تقييم مدى توافق ممارسات الشركات مع القوانين والأنظمة المحلية.
- دراسة حالات تطبيقية تربط بين الحوكمة والمساءلة والمسؤولية الاجتماعية.
- تعزيز ثقافة الامتثال المؤسسي والمسؤولية الأخلاقية.
- تطوير أساليب مراقبة الأداء الاجتماعي للشركات.
- عرض أمثلة من شركات دمجت الأخلاقيات ضمن سياساتها الداخلية.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

الوحدة الرابعة: تحديات تطبيق المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- تحليل أبرز تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات في البيئات الاقتصادية المتغيرة.
- تحديد العوامل التي تؤثر في تحديات تطبيق المسؤولية الاجتماعية في الشركات.
- دراسة التحديات في الدول النامية وسبل تجاوزها.
- مناقشة الفروق الثقافية وتأثيرها على تطبيق المسؤولية الاجتماعية.
- معالجة ضعف الوعي المؤسسي بأهمية الدور الاجتماعي للشركات.
- تحليل الأخطاء الشائعة في تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- مناقشة كيفية بناء ثقافة مؤسسية داعمة للمسؤولية الاجتماعية.
- عرض حلول استراتيجية لتجاوز العوائق في التنفيذ العملي.
- بحث تأثير الأزمات الاقتصادية على استمرارية المبادرات المجتمعية.
- تقديم نماذج ابتكارية لتخطي القيود التشغيلية والتنظيمية.

الوحدة الخامسة: التواصل والتأثير في المجتمع:

- تطوير استراتيجيات تواصل فعّالة لتعزيز المبادرات الاجتماعية.
- تطبيق قواعد التواصل العشر الخاصة بالمسؤولية المؤسسية.
- دراسة العلاقة بين الشفافية وبناء الثقة العامة.
- تحديد أساليب تفعيل مشاركة الموظفين في المبادرات المجتمعية.
- تصميم خطط إعلامية لتسليط الضوء على إنجازات المسؤولية الاجتماعية.
- تحليل تأثير الحملات الاتصالية على سمعة المؤسسة.
- تقييم أثر المسؤولية الاجتماعية للشركات والمجتمع على التنمية المحلية.
- بناء شراكات استراتيجية مع المؤسسات الحكومية وغير الحكومية.
- تعزيز الوعي البيئي والاجتماعي عبر مبادرات مستدامة.

Dubai - UAE: +971 4 450 5697
Istanbul - Türkiye: +90 539 599 1206
Amman - Jordan: +962 79 712 3347

MERCURY

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية:

تؤكد الدورة على أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لم تعد خيارًا بل ضرورة استراتيجية لتحقيق التوازن بين الربح والتنمية. يتطلب النجاح في هذا المجال بناء ثقافة مؤسسية تعزز الالتزام الأخلاقي والمجتمعي. توصي الدورة بتبني نهج شمولي يربط بين المسؤولية الاجتماعية للشركات والحوكمة والبيئة لتحقيق الأثر المستدام. كما تشجع على الاستمرار في تطوير برامج مجتمعية مبتكرة تُحدث فرقًا حقيقيًا في حياة الأفراد والمجتمعات.