MERCURY

إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات

05 - 16 يوليو 2027
بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية)

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

MERCURY

إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات

الرمز : 120170_97145 تاريخ الإنعقاد: 05 - 16 يوليو 2027 دولة الإنعقاد: بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية) التكلفة: 13500 اليورو

مقدمة

تُعد إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات عنصرًا أساسيًا في تعزيز العلاقة بين الشركات والمجتمع، وضمان تحقيق التنمية المستدامة. تهدف هذه الدورة إلى تقديم فهم شامل للمفاهيم الأساسية للمسؤولية الاجتماعية وكيفية تنفيذها بفاعلية داخل المؤسسات. ستغطي الدورة المبادئ الأخلاقية وأطر الحوكمة المؤسسية المرتبطة بممارسات حوكمة الشركات وأخلاقيات الأعمال. كما تركز على استراتيجيات تطوير المسؤولية الاجتماعية وتعزيز استدامة الشركات من خلال برامج متكاملة.

سيتم استعراض أفضل الممارسات العالمية والإقليمية في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية ومراقبة أثرها على المجتمع والبيئة. تشمل هذه الدورة التدريبية في إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات، أساليب التواصل الفعّال مع الأطراف المعنية وكيفية دمج الشفافية المؤسسية والاستدامة البيئية في السياسات الداخلية. كما تقدم أدوات تحليلية لتقييم نتائج البرامج وتأثيرها على السمعة المؤسسية. سيتمكن المشاركون من تصميم وتنفيذ برامج إدارة المسؤولية الاجتماعية بمهارة وفعالية عالية.

الفئات المستهدفة

تستهدف دورة إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات، الفئات والمحترفين الذين يسعون لاكتساب المعرفة والمهارات:

- موظفو الشركات الخاصة والحكومية.
- مدراء الموارد البشرية والمسؤولون عن برامج المسؤولية الاجتماعية.
- موظفو المؤسسات غير الربحية والجمعيات الخيرية.
- العاملون في القطاع المحلي والإقليمي والدولي.
- الأكاديميون والباحثون المهتمون بـ تطوير المسؤولية الاجتماعية.
- الراغبون في تحسين مهاراتهم في استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في الشركات.
- فرق التواصل المؤسسي والعلاقات العامة.

أهداف الدورة التدريبية

في نهاية هذا البرنامج التدريبي في إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات، سيكون المشاركون قادرين على:

- شرح المفاهيم التاريخية والمبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تعريف المشاركين بالأجزاء الأربعة لتعريف كارول Caroll للمسؤولية الاجتماعية.
- توضيح أهمية المسؤولية الاجتماعية في تحقيق استدامة الشركات.
- تحليل العلاقة بين أخلاقيات الأعمال وحوكمة الشركات.
- فهم أفضل الممارسات لتنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.
- تطوير سياسات إدارة المسؤولية الاجتماعية وتقييم أثرها.
- تعزيز دور الشركة في المجتمع من خلال الاستثمار الاجتماعي الفعال.
- تطبيق استراتيجيات التواصل لضمان نجاح المبادرات والمسؤوليات المجتمعية.
- التعرف على الأدوات والإجراءات المستخدمة في مراقبة وقياس نتائج البرامج.
- إنشاء ميزة تنافسية من خلال دمج المسؤولية الاجتماعية ضمن خطة العمل.

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

الكفاءات المستهدفة

سيكتسب المشاركون الكفاءات التالية من خلال برنامج إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات:

- التخطيط الاستراتيجي وإدارة المشاريع المجتمعية.
- التواصل الفعّال كتابة وشفهية مع جميع الأطراف المعنية.
- القدرة على تحليل المسؤولية الاجتماعية للشركات الكبرى وتقييم أثرها.
- قيادة فرق العمل وتحفيز الموظفين على المشاركة في برامج المسؤولية الاجتماعية.
- وضع وتنفيذ سياسات تطوير سياسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.
- القدرة على دمج الاستدامة البيئية والشفافية المؤسسية في المشاريع.
- إدارة الموارد والموازنة بين الأهداف الاجتماعية والأهداف التجارية.
- تقييم التحديات وإيجاد حلول مبتكرة لتعزيز أثر المبادرات المجتمعية.

دراسة سيناريوهات

في تدريب إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات، سيطور المشاركون قدراتهم من خلال دراسة السيناريوهات التالية:

- تحليل حالات شركات نفذت برامج المسؤولية الاجتماعية بنجاح.
- مقارنة أثر مبادرات المسؤولية الاجتماعية في الشركات متعددة الجنسيات والمحلية.
- تقييم تحديات تطبيق المبادرات المجتمعية في البلدان النامية.
- دراسة الأخطاء الشائعة في تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.
- دراسة أثر استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في الشركات على الأداء المالي.
- تحليل العلاقة بين التواصل الفعال ونجاح المبادرات المجتمعية.
- دراسة أثر الالتزام بالقوانين والمعايير الأخلاقية على السمعة المؤسسية.
- تقييم برامج التدريب على المسؤولية الاجتماعية وأثرها على الموظفين.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى: مقدمة في المسؤولية الاجتماعية للشركات

- التعريفات الأساسية للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- مفاهيم مواطنة الشركات وأهمية دورها في المجتمع.
- نقد الأعمال التجارية ضمن إطار حوكمة الشركات.
- المنظور التاريخي لتطور المسؤولية الاجتماعية.
- استعراض الأفكار المتقدمة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- التعريف بالأجزاء الأربعة لتعريف كارول Caroll للمسؤولية الاجتماعية.
- الربط بين المسؤولية الاجتماعية والأداء المؤسسي المستدام.
- دور استدامة الشركات في تعزيز قيمة المؤسسات على المدى الطويل.

الوحدة الثانية: أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات

- شرح نظرية "الناس والكوكب والأرباح".
- تحليل منظوري المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- الحجج المؤيدة والمعارضة لتطبيق المسؤولية الاجتماعية.
- دراسة حالات شركات نجحت في تعزيز استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في الشركات.
- التعرف على التحديات التي تواجه تنفيذ المبادرات المجتمعية.
- العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية والتنافسية في السوق.
- دمج الاستثمار الاجتماعي ضمن الخطط الاستراتيجية للشركة.

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

MERCURY

الوحدة الثالثة: المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقيات المهنية

- التعريف بالعلاقات بين المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال.
- تطورات أخلاقيات العمل وتأثيرها على السياسات المؤسسية.
- دمج الأخلاقيات في برامج المسؤولية الاجتماعية.
- المشاركة في الاتفاقية العالمية لأخلاقيات الأعمال.
- اتخاذ القرارات الأخلاقية بشأن القضايا الاجتماعية.
- تعزيز الامتثال المؤسسي لضمان نجاح المبادرات المجتمعية.

الوحدة الرابعة: تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات

- تطور المسؤولية الاجتماعية عبر العقود الماضية.
- الأخطاء الثلاثة الشائعة لفشل المسؤولية الاجتماعية للشركاء.
- المبادئ الخمسة للمستقبل في تطوير المسؤولية الاجتماعية.
- الانتقال من CSR1.0 إلى CSR2.0 وأساليب تطبيقها.
- استعراض نماذج مبتكرة في استدامة الشركات والمجتمع.

الوحدة الخامسة: قواعد التواصل الفعّال للمسؤولية الاجتماعية

- خصائص المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية.
- القاعدة الأولى: اتخذ الإجراءات وتحدث لاحقًا.
- القاعدة الثانية: ماذا ولماذا؟.
- القاعدة الثالثة: التحضير الجيد قبل التواصل.
- القاعدة الرابعة: وضع المسؤولية الاجتماعية على أولويات المجلس الإداري.
- القاعدة الخامسة: تعزيز مشاركة الموظفين في المبادرات.
- القاعدة السادسة: توضيح الرسائل لجميع الجهات المعنية.
- القاعدة السابعة: مراعاة احتياجات كل شخص وخصوصيته.
- القاعدة الثامنة: تشجيع الحوار البنّاء.
- القاعدة التاسعة: كن قدوة للممارسات الجيدة.
- القاعدة العاشرة: تعزيز العلامات التجارية المسؤولة.

الوحدة السادسة: تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات

- مقارنة فريدمان مقابل راسيل في المسؤولية الاجتماعية.
- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات وتطبيقاتها.
- دراسة نماذج مختلفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- سمات النماذج المختلفة ونجاحها في الأسواق المتنوعة.
- المسؤولية الاجتماعية في البلدان النامية وفرصها.
- محفزات المسؤولية الاجتماعية في الأسواق الناشئة.
- إطار تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية.
- الأخطاء الشائعة وكيفية تجنبها في التطبيق.
- العوامل الأساسية التي يجب مراعاتها لضمان أفضل ممارسات المسؤولية الاجتماعية في المؤسسات.

الوحدة السابعة: تطوير سياسات المسؤولية الاجتماعية

- صياغة سياسات فعالة لدعم استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية في الشركات.
- تضمين الاستدامة البيئية ضمن السياسات المؤسسية.
- تحديد المسؤوليات والأدوار لضمان التنفيذ الأمثل.
- وضع معايير تقييم أداء المبادرات.
- تعزيز الشفافية المؤسسية والتقارير الدورية.
- تطوير برامج تدريب الموظفين على المسؤولية الاجتماعية.

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

MERCURY

الوحدة الثامنة: قياس وتقييم أثر المسؤولية الاجتماعية

- الأدوات والتقنيات لقياس أثر البرامج المجتمعية.
- مؤشرات الأداء الرئيسية لتقييم المبادرات.
- دراسة حالات واقعية لتقييم أثر المسؤولية الاجتماعية.
- تحليل النتائج واتخاذ القرارات لتحسين الأداء.
- الربط بين الأداء المالي وتأثير إدارة المسؤولية الاجتماعية.
- استعراض تقييم أثر المسؤولية الاجتماعية في الشركات.

الوحدة التاسعة: إدارة المبادرات المجتمعية بفعالية

- التخطيط والتنظيم للبرامج الاجتماعية.
- إدارة الموارد المالية والبشرية للمشاريع.
- التنسيق مع الجهات الحكومية وغير الحكومية.
- دمج الاستثمار الاجتماعي ضمن برامج التطوير المؤسسي.
- متابعة التنفيذ وضمان الجودة.
- تعزيز المشاركة المجتمعية والتفاعل الإيجابي مع البرامج.

الوحدة العاشرة: مستقبل المسؤولية الاجتماعية للشركات

- التوجهات العالمية في تطوير المسؤولية الاجتماعية.
- دمج الابتكار والتكنولوجيا في البرامج المجتمعية.
- استراتيجيات لتعزيز السمعة المؤسسية عبر المسؤولية الاجتماعية.
- تطوير برامج مستدامة تضمن استمرارية التأثير الاجتماعي.
- خلق ميزة تنافسية من خلال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية.
- تحليل الحالات المستقبلية وتوقع التحديات الجديدة.

خلاصة وتوصيات الدورة التدريبية

تعتبر إدارة المسؤولية الاجتماعية للشركات محورًا رئيسيًا لتعزيز القيمة المؤسسية. يجب دمج حوكمة الشركات وأخلاقيات الأعمال في جميع البرامج لضمان تحقيق أثر إيجابي. تطوير السياسات واستراتيجيات التواصل الفعّال يضمن استدامة الشركات ونجاح المبادرات المجتمعية. توصي الدورة بمتابعة الأداء باستمرار وتحديث برامج المسؤولية الاجتماعية بما يتوافق مع التغيرات المجتمعية والتجارية.

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

MERCURY

نموذج تسجيل :
إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات

الرمز : 120170 تاريخ الإنعقاد: 05 - 16 يوليو 2027 دولة الإنعقاد: بوسطن (الولايات المتحدة الامريكية) التكلفة: 13500 اليورو

معلومات المشارك

الأسم الكامل (السيد / السيدة):
.....
المسمى الوظيفي: .....
الهاتف / الجوال: .....
البريد الإلكتروني الشخصي: .....
البريد الإلكتروني الرسمي: .....

معلومات جهة العمل

اسم الشركة: .....
العنوان: .....
المدينة / الدولة: .....

معلومات الشخص المسؤول عن ترشيح الموظفين

الأسم الكامل (السيد / السيدة):
.....
المسمى الوظيفي: .....
الهاتف / الجوال: .....
البريد الإلكتروني الشخصي: .....
البريد الإلكتروني الرسمي: .....

طرق الدفع

☐ الرجاء إرسال الفاتورة لي

☐ الرجاء إرسال الفاتورة لشركتي