



إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات



إدارة المسؤولية الإجتماعية للشركات

المقدمة:

يتمثل مبدأ "المسؤولية الاجتماعية للشركات" في دعوتها للمجتمعات والناس دون توقع مردود مادي، ويظهر ذلك المبدأ عند دعم الشركات للقضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع. لكن تكون صعوبة تحقيق التوازن بين تقدير الدعم للمجتمع وإفادة الشركات في نفس الوقت، لذا نقدم هذه الدورة التدريبية التي تركز على أساليب وأدوات وممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات كما تتناول هذه الدورة المبادئ الأخلاقية وأسس التواصل والتحديات التي تواجه تطبيق الشركة لمبدأ المسؤولية الاجتماعية.

الفئات المستهدفة:

- موظفو الشركات الخاصة وغير الحكومية.
- موظفو الشركات المحلية والإقليمية والدولية.
- موظفو المؤسسات الحكومية التي تحول مسؤولية تجاه مجتمعاتها أو تود تعزيز ذلك المبدأ في ممارساتها المؤسسية.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

الأهداف التدريبية

في نهاية هذا البرنامج، سيكون المشاركون قادرين على:

- شرح المفاهيم التاريخية والأجزاء الأربعة من تعريف كارول Caroll للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تحديد أسباب أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات للقطاعين العام والخاص.
- معرفة أوجه التقارب بين الأخلاقيات المهنية والمسؤولية الاجتماعية للشركات وحوكمة الشركات.
- توضيح التطورات التي طرأت على مفهوم المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- تطبيق القواعد العشر للتواصل الفعال للمسؤولية الاجتماعية للشركات للوصول للنتائج المرجوة.
- إنشاء ميزة تنافسية عبر تحديد التحديات المختلفة التي تواجه المسؤولية الاجتماعية للشركات.

الكفاءات المستهدفة:

- التخطيط والتنظيم والقيادة.
- التواصل المكتوب والشفهي.
- إنشاء العلاقات وتوطيدها.
- التحليل والتقييم.

محتوى الدورة

الوحدة الأولى، مقدمة في المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- التعريفات الأولية للمسؤولية الاجتماعية للشركات
- مفاهيم مواطنة الشركات
- نقد أعمال الشركات ضمن دائرة مسؤولياتها الاجتماعية
- المنظر التاريخي
- الأفكار المتطورة حول المسؤولية الاجتماعية للشركات
- تعريف الأجزاء الأربعة لكارول Caroll

الوحدة الثانية، ما هي أسباب أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات؟

- نظرية الناس والكوكب والربح
- منظوران للمسؤولية الاجتماعية للشركات
- هل يجب على الشركات المشاركة في المسؤولية الاجتماعية؟
- الحجج المؤيدة والمعارضة للمسؤولية الاجتماعية للشركات

الوحدة الثالثة، المسؤوليات الاجتماعية للشركات والأخلاقيات المهنية:

- التعريفات والعلاقات
- تطورات أخلاقيات الأعمال
- الطرق التي تدمج عبرها الشركات أخلاقيات الأعمال
- المشاركة في الاتفاقية العالمية لأخلاقيات الأعمال
- اتخاذ القرارات حول القضايا الأخلاقية

الوحدة الرابعة، تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- تطور وتدهور المسؤولية الاجتماعية للشركات
- فشل المسؤولية الاجتماعية للشركات: الأخطاء الثلاثة
- التطوع نحو المستقبل: المبادئ الخمسة
- التطور في المسؤولية الاجتماعية للشركات: من CSR1.0 وحتى CSR2.0

الوحدة الخامسة، قواعد التواصل الفعال لهدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- خصائص المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات
- القاعدة الأولى: اتخذ الإجراءات وتحديث لاحقاً
- القاعدة الثانية: ماذا ولماذا؟
- القاعدة الثالثة: كن مستعداً
- القاعدة الرابعة: يجب أن تكون المسؤولية الاجتماعية من أولويات المجلس الإداري للشركة
- القاعدة الخامسة: عزز مشاركة الموظفين
- القاعدة السادسة: وضح الرسائل
- القاعدة السابعة: كل شخص له صفاته واحتياجاته الفريدة
- القاعدة الثامنة: شجع الحوارات
- القاعدة التاسعة: كن قدوة للممارسات الجيدة
- القاعدة العاشرة: العلامات التجارية المسؤولة

الوحدة السادسة، تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- فريدهان مقابل راسيل
- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات
- نهج من المسؤولية الاجتماعية للشركات
- سمات النهج المختلفة للمسؤولية الاجتماعية للشركات
- المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية
- محفزات المسؤولية الاجتماعية للشركات في البلدان النامية
- إطار تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركات
- الأخطاء الشائعة في تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات
- العوامل التي يجب مراعاتها في تطبيق ممارسات المسؤولية الاجتماعية للشركات