



المسؤولية الاجتماعية للشركات



المسؤولية الاجتماعية للشركات

المقدمة:

يتمثل مبدأ "المسؤولية الاجتماعية للشركات" في دعواها للمجتمعات والناس دون توقع مردود مادي، ويظهر ذلك المبدأ عند دعم الشركات للقضايا الاجتماعية التي تهم المجتمع. لكن تكمن صعوبة تحقيق ذلك في الموازنة بين تقدير الدعم للمجتمع وتحقيق الفائدة للأعمال في ذات الوقت. لذا نقدّم 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:

- الشركات الخاصة الغير الحكومية.
- الشركات المحلية والإقليمية والدولية.
- 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، ما هي أسباب أهمية المسؤولية الاجتماعية للشركات؟:

- التعريفات النولية 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
- نظرية الناس والكوكب والأرباح
- منظور للمسؤولية الاجتماعية للشركات
- هل يجب على الشركات المشاركة في المسؤولية الاجتماعية؟
- الحجج المؤيدة والمعارضة للمسؤولية الاجتماعية للشركات

الوحدة الثانية، 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 الثالثة، تطور المسؤولية الاجتماعية للشركات:

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

الوحدة الرابعة، قواعد التواصل الفعال لهدأ المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- خصائص المعلومات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات
- القاعدة الأولى: اتخذ الإجراءات وتحدث 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 قذوة للممارسات الجيدة
- القاعدة العاشرة: العلامات التجارية المسؤولة

الوحدة الخامسة، تحديات المسؤولية الاجتماعية للشركات:

- فريدهان مقابل راسيل
- أبعاد المسؤولية الاجتماعية للشركات
- نماذج من المسؤولية الاجتماعية للشركات
- سمات النماذج 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