

€ TRAINING

المسؤولية الاجتماعية للشركات



2024 يوليو 25 - 21

اسطنبول (تركيا)

Sheraton Istanbul Levent

المسؤولية الاجتماعية للشركات

رمز الدورة: Z567 تاريخ الإنعقاد: 21 - 25 يوليو 2024 دولة الإنعقاد: اسطنبول (تركيا) - Levent Istanbul Sheraton التكلفة: 5300 يورو

مقدمة عن البرنامج التدريبي:

في ظل اقتصاد أكثر تنافسية، حيث أصبحت الشركات مسؤولة بشكل متزايد بشكل مباشر عن عواقب تأثيرها على المجتمع من وجهة نظر بيئية واجتماعية واقتصادية، من الضروري أن نكون مستعدين لمواجهة هذه التحديات من أجل تعزيز الشرعية لتشغيل واغتنام جميع الفرص للنمو والابتكار. تتطلب إدارة هذه العمليات لصالح جميع أصحاب المصلحة، إيجاد قيمة مشتركة لكل من الشركة والمجتمع من خلال تحديد سياسة مسؤولية اجتماعية قوية وفعالة ومتكاملة بشكل جيد مع إستراتيجية الشركة وتتطلب كفاءات وحساسية محددة.

أهداف البرنامج التدريبي:

في نهاية البرنامج سيكون المشاركون قادرين على:

- الحصول على نظرة عامة واسعة عن الاتجاهات الحالية في سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات.
- التعرف على المزايا والأدوات والممارسات المرتبطة بعالم المسؤولية الاجتماعية.
- التصميم والتحليل وإدارة أصحاب المصلحة والإبلاغ عن الاستدامة.
- الإدارة المستدامة للموارد البشرية.
- التعرف على السياسة البيئية ومبادرات التسويق المستدام.
- معرفة الأعمال الخيرية الاستراتيجية.
- التواصل وتثمين مبادرات المسؤولية الاجتماعية.

الفئات المستهدفة:

- ممثلو الشركات والمؤسسات الذين يرغبون في استكشاف موضوعات الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية بعمق كرافعين لبناء سمعة وخلق ميزة تنافسية في السوق.
- مدراء وموظفو الشركات الخاصة وغير الحكومية والشركات المحلية والإقليمية والدولية
- مدراء وموظفو المؤسسات الحكومية التي تحمل مسؤولية تجاه مجتمعاتها أو تود تعزيز ذلك المبدأ في ممارساتها المؤسسية.
- مديرو المشاريع وقادة المشروع.
- رعاة المشاريع.
- رؤساء وموظفو إدارة الموارد البشرية.
- الموظفون الذين يعملون في مجال إدارة المشاريع.
- الموظفون الذين يخططون للمشاركة في أي مرحلة من مراحل إدارة المشاريع.

محاور البرنامج التدريبي:

الوحدة الأولى:

مقدمة:

- سمعة المسؤولية الاجتماعية في عصر الاقتصاد.
- الشركة المسؤولة: "التعريف والسيناريوهات".
- الأهداف والمزايا.
- الجدول الزمني الأساسي.
- الأبعاد الثلاثة للمسؤولية الاجتماعية للشركات.
- الاستدامة كوسيلة لتعزيز الابتكار والقدرة التنافسية والسمعة.

النهج والتوجيهات للمستقبل:

- المسؤولية الاجتماعية للشركات وخلق القيمة المشتركة.
- القضايا الناشئة.
- من المسؤولية الاجتماعية للشركات إلى الابتكار الاجتماعي للشركات.
- المسؤولية الاجتماعية 3.0.
- أفضل الممارسات.

الوحدة الثانية:

مجالات المسؤولية الاجتماعية الرئيسية للتدخل:

- المسؤولية الاجتماعية وسلسلة القيمة: نهج التحليل والتصميم.
- حوكمة الشركات والأخلاق.
- التأثير البيئي وسياسات الاستدامة.
- الإدارة المستدامة للموارد البشرية ورفاهية الشركات.
- التسويق المستدام و"CRM".
- التوريد وإدارة مسؤولية سلسلة التوريد.
- العمل الخيري الاستراتيجي والشراكة بين الشركة والمجتمع.
- المسؤوليات تجاه العميل المواطن.
- أفضل الممارسات.

الوحدة الثالثة:

أصحاب المصلحة "المعلومات والعلاقات والمشاركة":

- علاقة الشركة ببيئتها.
- المركزية الجديدة لأصحاب المصلحة.
- أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين.
- رسم الخرائط، فهم والتفاعل مع أصحاب المصلحة.
- وضع استراتيجية العلاقات.
- أفضل الممارسات.

الأدوات:

- مبادئ المحاسبة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.
- نظم الإدارة البيئية وإصدار الشهادات الرئيسية.
- "SA 8000".
- إرشادات "OCSE".
- "ISO 26000".
- إرشادات مؤشر مديري المشتريات ومؤشرات الاستدامة.
- أدوات الإدارة والكشف الطوعية الأخرى.

الوحدة الرابعة:

الميزانية العمومية للاستدامة:

- محاسبة الاستدامة.
- الميزانية العمومية للاستدامة:
 - المحتويات.
 - الأهداف.
 - المحيط.
- معيار "GRI".

- هيكل، تنظيم العملية، مؤشرات الأداء الرئيسية.
- تطور وحدود المحاسبة الجديدة "التقرير المتكامل".
- الميزانية العمومية للوسائط المتعددة.
- أفضل الممارسات.

الوحدة الخامسة:

إيصال المسؤولية الاجتماعية:

- الميزانية العمومية كأداة علائقية واتصالات.
- توفير قيمة لأدائك وخلق سمعة.
- القيام والتواصل والعثور على المزيج الصحيح.
- تصميم التواصل بالمسؤولية الاجتماعية.
- القواعد الذهبية.
- أفضل الممارسات.