



**دورة:**

**مسؤولية الشركات الاجتماعية**

**30 يونيو - 4 يوليو 2024**

**شرم الشيخ (مصر)**

**Sheraton Sharm Hotel**

## مسؤولية الشركات الاجتماعية

رمز الدورة: RR12480 تاريخ الإنعقاد: 30 يونيو - 4 يوليو 2024 دولة الإنعقاد: شرم الشيخ (مصر) - Hotel Sharm Sheraton رسوم الإشتراك: Euro 3500

### مقدمة دورة مسؤولية الشركات الاجتماعية

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 وحساسيات محددة.

### أهداف دورة مسؤولية الشركات الاجتماعية

في نهاية الدورة سيكون المشاركون قادرين على:

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

### الفئات المستهدفة في دورة مسؤولية الشركات الاجتماعية

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

- الموظفون الذين يعملون في مجال إدارة المشاريع.
- كل من يجد في نفسه الحاجة لهذه الدورة ويرغب بتطوير مهاراته وخبراته.

## محتوى دورة مسؤولية الشركات الاجتماعية

### اليوم الأول

#### مقدمة في مسؤولية الشركات الاجتماعية

- سمعة مسؤولية الشركات الاجتماعية في عصر الاقتصاد.
- من هي الشركة المسؤولة: "التعاريف والسيناريوهات".
- الأهداف والمزايا في مسؤولية الشركات الاجتماعية.
- الجدول الزمني الأساسي.
- الأبعاد الثلاثة لمسؤولية الشركات الاجتماعية.
- الاستدامة كوسيلة لتعزيز الابتكار والقدرة التنافسية والسمعة.

#### النهج والتوجيهات للمستقبل:

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

### اليوم الثاني

#### مجالات المسؤولية الاجتماعية الرئيسية للتدخل:

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

- المسؤليات تجاه العميل المواطن.
- أفضل الممارسات.

### اليوم الثالث

#### أصحاب المصلحة "المعلومات والعلاقات والمشاركة":

- مسؤولية الشركات الاجتماعية بيئتها.
- المركزية الجديدة لأصحاب المصلحة.
- أصحاب المصلحة الداخليين والخارجيين.
- رسم الخرائط، فهم والتفاعل مع أصحاب المصلحة.
- أفضل الممارسات.
- وضع استراتيجية العلاقاتية.

### 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.

### اليوم الرابع

#### إبصال المسؤولية الاجتماعية:

- الميزانية العمومية كأداة علاقاتية واتصالات.
- توفير قيمة لأدائك وخلق سمعة.
- القيام والتواصل والعثور على المزيج الصحيح.
- تصميم التواصل بمسؤولية الشركات الاجتماعية.
- القواعد الذهبية.
- أفضل الممارسات في مسؤولية الشركات الاجتماعية.

## اليوم الخامس

### 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" في مسؤولية الشركات الاجتماعية .
- الميزانية العمومية للوسائط المتعددة.
- أفضل الممارسات في مسؤولية الشركات الاجتماعية.