

VOLUNTARIADO COMO ESTRATEGIA DEL PLAN DE NEGOCIO (VCEPN)

El Profesional de los tiempos modernos requiere una formación integral que le permita internalizar con propiedad los nuevos conceptos sobre Capital Social, y cuáles son las estrategias, hasta ahora identificadas para su construcción.

Entre ellas el Voluntariado Corporativo, una estrategia de la Responsabilidad Social Empresarial para garantizar el tránsito de las organizaciones socialmente responsables por entornos altamente complejos.

¿A quién está dirigido?

A profesionales de distintas disciplinas: Técnicos, Ingenieros, Administradores, Comunicadores Sociales, Sociólogos, etc. Altamente recomendable para personal quien tiene conocimiento previo del entorno de la empresa y maneja información acertada sobre el contexto comunitario donde se desarrollan las operaciones de la empresa.

Objetivo general

Incrementar la comprensión sobre la importancia del concepto de "Voluntariado" en nuestro trabajo diario y su relación con las estrategias de relación externa e interna en materia de Responsabilidad Social (puntos coincidentes para entender en qué consiste el Voluntariado y en consecuencia aportar ideas a objeto de definir o redefinir las pautas de trabajo sobre esta área).

Objetivos específicos

- Entender en qué consiste el Voluntariado. Aportar ideas a objeto de definir o redefinir las pautas de trabajo sobre esta área
- Analizar las distintas alternativas para instrumentar el ejercicio del Voluntariado en nuestra empresa y en un contexto como el de Venezuela
- Evaluar las alianzas y su importancia en la construcción de REDES
- Analizar el entorno y los Principios del Mercadeo Social

Contenido Programático

- Concepto de "voluntariado" y su importancia en nuestro trabajo diario
- Puntos coincidentes entre voluntariado y las estrategias de relación externa e interna en materia de responsabilidad social.
- Pautas de trabajo en el voluntariado. ¿en qué consiste el voluntariado? Ideas para su definición o re-definición en las pautas de trabajo.
- ¿cómo instrumentar el ejercicio del voluntariado en nuestra empresa y en un contexto como el de Venezuela?
- Las alianzas - importancia en la construcción de redes
- Manejo del entorno. Principios del mercadeo social

Metodología

- Investigación del concepto de Capital Social y el Voluntariado como estrategia de la Responsabilidad Social Empresarial, seguimiento a través de fuentes impresas, testimoniales, libros, empresas de medición, estadísticas; participación activa en el análisis de asuntos clave, de acuerdo al asunto, o negocio identificado.
- El participante, en equipos constituidos, realizarán análisis de los conceptos manejados durante el curso:

Opciones para análisis:

- Identificación de ente u organización
- Identificación de Asuntos Clave
- Determinación del FODA
- Agentes Externos activos
- Tendencias
- Escenarios
- Impactos Posibles

Modalidad: Presencial

Beneficios de atender a este curso

Proporcionar herramientas a los profesionales de las distintas disciplinas a identificar, conocer y manejar oportunamente metodologías, instrumentos cuantitativos y cualitativos, que favorezcan una lectura e interpretación de la Voluntariado como Estrategia del Plan de Negocio en las sociedades y contextos culturales donde se asienta el negocio petrolero, gasífero, minero, manufacturero, químico, alimenticio, industrial de diversas índole.

Al finalizar este curso, el participante manejará el contenido de teorías para la formación de grupos de voluntariado, y su inserción en prácticas sociales que mejoren su desempeño profesional, y redunden en un posicionamiento e la organización como ente socialmente responsable

Duración

El curso tiene una duración de 16 horas docentes

Horario

Iniciando a las 8:00 AM y concluyendo a las 5:00 PM

Instructores que dictan este curso

- Lic. en Comunicación Social, Mención Desarrollo Comunal
- Licenciado en Comunicación Social - Mención Desarrollo Comunal.