



Responsabilidad social empresarial en consumo (UF1934)

Responsabilidad social empresarial en consumo (UF1934)

Duración: 30 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Sistemas de autorregulación y códigos de conducta empresarial.

1.1 La actividad empresarial y la regulación voluntaria:

1.1.1 Objetivo y finalidad de los sistemas de autorregulación de las empresas y el mercado.

1.1.2 Corresponsabilidad empresarial y competitividad

1.1.3 Ámbitos habituales en la autorregulación empresarial y sectorial.

1.2 Organizaciones reconocidas a nivel nacional, autonómico e internacional en el ámbito de la autorregulación:

1.2.1 AENOR.

1.2.2 Agencia de protección de datos.

1.2.3 Cámara de Comercio Internacional.

1.2.4 Otros.

1.3 Códigos de conducta voluntarios y responsabilidad social de las empresas.

1.3.1 Códigos de buenas prácticas.

1.3.2 Programas de responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.

1.4 Certificación de Sistemas de Calidad a empresas.

1.4.1 Procesos de evaluación de la calidad. Certificación y acreditación.

1.4.2 Normas UNE.

1.4.3 Normas ISO.

1.5 Sistemas de autorregulación de publicidad, comercio electrónico y/o actividades comerciales relacionadas.

1.5.1 Control de puntos críticos.

1.5.2 Distintivos de calidad y confianza.

1.5.3 Arbitraje de consumo.

1.5.4 “Benchmarking” y mejores prácticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Implementación de sistemas de autorregulación empresarial en consumo.

2.1 La responsabilidad social corporativa en materia de consumo, publicidad y fidelización del cliente.

2.1.1 La responsabilidad social corporativa en el ámbito del consumo responsable.

2.1.2 La responsabilidad social del consumidor o usuario.

2.2 La orientación de la empresa a la satisfacción del consumidor.

2.2.1 Percepción y expectativas de los consumidores y usuarios.

2.2.2 Garantías y calidad de servicio.

2.3 Implantación de sistemas de calidad total en la empresa.

2.3.1 Modelos de evaluación de sistemas de calidad.

2.3.2 Aplicación de los sistemas de calidad.

2.4 Sistema interno de control interno/inspección:

2.4.1 Procedimientos de análisis y control de puntos críticos.

2.4.2 Auditorías internas.

2.4.3 La toma de muestras.

2.5 Documentos de Control de la calidad:

2.5.1 Protocolos e instrucciones de trabajo.

2.5.2 Cartas de servicios.

2.5.3 Manualización de procedimientos.

2.5.4 Estandarización documental.

2.5.5 Gestión de avisos.

2.6 La implantación de los procesos de mejora continua en la empresa.

2.6.1 Evaluación y retroalimentación de circuitos procedimentales.