



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE  
DEL ÉXITO**

# Guía del Curso

## ¿Quiénes son los Stakeholders?

---

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

---

### OBJETIVOS

El término agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización.

### CONTENIDOS

#### MÓDULO 1. ¿QUIÉNES SON LOS STAKEHOLDERS?

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
2. La función del marketing en el sistema económico.
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing.
4. Marketing y dirección estratégica.

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA RAZÓN ÉTICA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. Tendencias actuales de la ética empresarial
2. Principios y valores de la ética
3. Ética y comportamiento humano
4. El marco ético de la RSC
5. ¿Qué elementos debe contener la RSC?
6. ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de las PYMES
7. Análisis de la RSC en España

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS GRUPOS DE INTERÉS O STAKEHOLDERS EN LA EMPRESA

1. Relaciones de la empresa con los grupos de interés
2. Concepto y Tipología de los "stakeholders"
3. Herramientas de gestión de la Responsabilidad Social Corporativa



C/ San Lorenzo 2 - 2  
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476  
Fax: 951 987 941



[www.academiaintegral.com.es](http://www.academiaintegral.com.es)  
E-mail: [info@academiaintegral.com.es](mailto:info@academiaintegral.com.es)