Moscow
Business School
Leadership Energy

Правовое регулирование вопросов оплаты и нормирования труда

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 20.11.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Правовое поле системы вознаграждений в организации

- Постоянная и переменная часть. Взаимосвязь штатного расписания, норм труда и должностных обязанностей. Принципы и ограничения при необходимости изменений
- Условия оплаты труда, включаемые в трудовой договор. Положение об оплате труда, премировании
- Коллективный договор. Порядок изменений

Постоянная часть заработной платы
Система нормирования — технология управления производительностью труда

- Структура системы нормирования на предприятии. Документы, регламентирующие процесс нормирования
- Классификация норм труда. Нормативы затрат труда и методы нормирования. Нормируемая величина денежных средств, направляемых на оплату труда
- Фотография рабочего дня и хронометраж — основные инструменты каждого руководителя
- Коэффициенты, определяющие основное оперативное время
- Потери рабочего времени по организационно-техническим

причинам, связанным с нарушением трудовой дисциплины

Практикум: кейс «Фотография рабочего дня»

Особенности ненормированного труда

- Нормированный и ненормированный труд. Ненормированный труд и его свойства
- Ненормированный рабочий день. Цель установления и основание для использования. Порядок компенсации. Ненормированный рабочий день и сверхурочная работа

Особенности сверхурочного труда

- Норма рабочего времени и часы работы за ее пределами. Общий порядок оплаты сверхурочной работы. Компенсация сверхурочной работы временем отдыха
- Законные способы оформления сверхурочной работы. Компенсация сверхурочной работы при неполном рабочем дне и неполной рабочей неделе, сменном режиме труда и вахтовом методе

Особенности неполного рабочего времени

- Категории работников, которым нельзя отказать в установлении неполного рабочего времени
- Оформление и судебная практика и практика отказов ФСС по типичным ошибкам

Дополнительная работа

- Норма выработки и дополнительная работа, поручаемая одновременно со своими трудовыми обязанностями
- Доплаты за совмещение, расширение объемов работ и другое
- Статус ВРИО

Заработная плата при сменном режиме труда. Особенности суммированного учета

- Особенность повременной оплаты при сменном режиме труда

- Заработная плата за согласованную продолжительность работы в смене и ее превышение над федеральной нормой рабочего времени
- Вахта. Продолжительность вахты. Междусменный и междувахтовый отдых

Переменная часть оплаты труда

- Правовое поле стимулирующих надбавок, премий, поощрительных выплат. Особенности оформления и типичные ошибки при решении «не выплачивать». Судебная практика
- Надбавки за экспертность, по итогам работы, «инфляционные» и прочее

Практикум: анализ кейсов по применению оформления KPI

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S

- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность

- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда

- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение