Moscow
Business School
Leadership Energy

Антисанкции: экономическое противостояние и стратегия российских предприятий

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 26.12.2025

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

Программа обучения

День 1

Что делать в санкционный период?

- Экспортный маркетинг, поиск потенциальных покупателей. Как здраво оценить и воспользоваться текущими ресурсами
- Внешнеэкономическая деятельность и ее государственное регулирование. Основы государственного регулирования внешнеторговой деятельности в Российской Федерации и ЕАЭС (новые пункты для взаимодействия)
- Организация международных закупок и особенности бизнес взаимодействия с отдельными странами после 2022 года: ЕС, СНГ, Азия, страны Африки и Латинской Америки: особенности взаимодействия с партнерами
- Возможные риски во внешнеэкономической деятельности в условиях санкций. Как минимизировать их последствия

Практикум «Организация конъюнктурной работы в ВЭД на предприятии»

Что делать, если нарушена цепочка поставок?

- Внешнеторговая сделка и внешнеторговый контракт в рамках

экономических ограничений. Пересмотр внешнеторгового контракта с учетом изменений 2025 года. Требование пунктов контрактов для снижения рисков при реализации сделок во внешнеторговой деятельности
- Что необходимо знать участникам внешнеторговой деятельности для защиты собственных интересов?
- Риски, связанные с внешнеэкономическим контрактом. Применимое право контракта. Что нужно учесть? Обеспечительные меры контракта
- Форс-мажорные оговорки контракта. Отдельные оговорки ВЭД контракта: санкционная оговорка — новейшая практика. Международные санкции, как форс-мажор. Если международная санкция не признается форс-мажором, как быть?
- Обход санкций: что это такое? Когда это легально, а когда противозаконно?
- Санкционные риски и комплаенс крупных компаний, как защита от санкции
- Недобросовестное ведение переговоров. Как грамотно вести переговоры с иностранными компаниями с учетом последних изменений и санкционной политики отдельных государств
- Разрешение международных споров. Рекомендованная арбитражная оговорка. Минимизация расходов на арбитражный процесс. Как выбрать суд?
- Условия поставки Инкотермс-2020 в новых условиях 2025 года: Нововведения в условиях пандемии и санкционного кризиса
- Что делать, если предприятие лишено валютных ресурсов? Обсуждение

Практикум «Использование возможностей, предоставляемых таможенными процедурами. Таможенный транзит, таможенный склад и переработка на таможенной территории»

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