

Экспедитор и перевозчик 2026: ГосЛог, ЭДО, НДС

Формат обучения: Онлайн

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 31.10.2026

Место проведения: Ленинский проспект, д. 38А, город Москва

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

Программа обучения

День 1

Как устроен контроль рынка в 2026 году

- Что реально изменилось:
- ГосЛог = фильтр допуска на рынок
- ЭДО = полная прозрачность
- ФНС = автоматические проверки
- Цифровой контроль сделок
- Проверка логики бизнеса

Реестр экспедиторов в ГосЛог

- Разбор: кто обязан входить и кого не пускают
- Критические ошибки при регистрации
- Что делать если нет ответа или пришёл отказ
- Ответственность за работу вне реестра

В чем суть требований ФСБ

- Контроль цепочек перевозки
- Контроль участников
- Пакет документов
- Алгоритм взаимодействия
- Риски: запрет работы, блокировка операций

Электронные перевозочные документы (с 01.09.2026)

- Переход на ЭДО, что для этого требуется
- Какие документы переводятся в электронный вид
- Роль операторов ЭДО
- Схема документооборота
- Работа с электронными ТН
- Как интегрировать 1С / TMS
- Как работать без сбоев

Транспортная накладная (ТН)

- Когда ТН обязательна
- Когда можно без неё
- Отличие от экспедиторских документов
- Ключевые реквизиты:
 - грузоотправитель / грузополучатель
 - маршрут
 - перевозчик/экспедитор
 - стоимость

Практикумы:

- Проверка ТН на налоговые риски
- Разбор ошибок

НДС при международных перевозках

- Когда применяется нулевая ставка НДС
- Документальное подтверждение
- Порядок заполнения электронных реестров

- Особенности налогообложения при привлечении экспедитором иностранного перевозчика

Практикумы:

- Почему налоговая отказывает в 0% НДС
- Разбор арбитражных споров по налогообложению международных перевозок

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