

Задачи и функции корпоративного секретаря

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 23.06.2026

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

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

Программа обучения

День 1

Задачи корпоративного секретаря по обеспечению эффективной работы совета директоров

- Роль и место совета директоров в системе управления акционерным обществом, чем они определяются
- Формирование персонального состава совета директоров. Нужен ли обществу независимый директор? Проблемы, возникающие при избрании совета директоров
- Проектирование компетенции совета директоров. Разработка положения о совете, комитетах совета директоров
- Планирование работы совета директоров
- Регламент подготовки и проведения заседаний
- Контроль исполнения принятых решений, протоколы
- Оценка эффективности работы совета директоров. Вознаграждения и компенсации
- Ответственность членов совета директоров и задачи корпоративного секретаря по снижению риска ее возникновения

Практикум: упражнение «Разработка плана работы совета директоров»

Корпоративный секретарь. Подготовка и проведение общего собрания акционеров

- Задачи корпоративного секретаря по подготовке общего собрания акционеров
- Работа с предложениями акционеров по повестке дня и кандидатурам в выборные органы
- Подготовка и исполнение решения совета директоров о созыве собрания (формирование списка акционеров; подготовка годового отчета и иных материалов к собранию; информирование акционеров о собрании; бюллетень для голосования). Проведение собрания (формирование и работа счетной комиссии; регистрация акционеров; органы собрания; регламент; подсчет результатов и оформление протоколов)
- Особенности подготовки и проведения внеочередных, заочных общих собраний акционеров
- Арбитражные споры

Практикум: кейс «Подготовка проекта решения о созыве собрания, анализ правильности оформления предложенных образцов документов, используемых на собрании»

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



Moscow
Business School
Leadership Energy