

## Защита от мошенничества. Управление дебиторской задолженностью и урегулирование конфликтов интересов в договорной работе

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 04.02.2026

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

### Программа обучения

#### День 1

Защита от мошенничества. Управление дебиторской задолженностью и урегулирование конфликтов интересов в договорной работе

##### Защита компании от мошеннических операций

- Классификация мошеннических действий в законодательстве РФ. Отличие мошенничества от иных преступлений против собственности. Понятие «обман» и « злоупотребление доверием»
- Влияние цифровой трансформации предприятия на мошеннические схемы. Обзор программно-технических продуктов, применяемых при цифровизации бизнес-процессов, позволяющих вычислять мошеннические схемы
- Использование технологий искусственный интеллекта, позволяющих выявлять мошеннические операции
- Общий план мероприятий по противодействию мошенничеству. Предупреждение, обнаружение, расследование. Определение должностей с мошенническими рисками. Организационно-контрольные и кадровые меры по предупреждению мошенничества

- Наиболее типичные сценарии корпоративного мошенничества со стороны наемных работников. Мошеннические действия со стороны исполнительных органов управления предприятием
- Методики анализа бизнес процессов с позиции мошеннических и коррупционных рисков. Составление карты рисков на предприятии. Разработка и введение специальных антимошеннических (антикоррупционных) процедур
- Организация охраны товарно-материальных ценностей и создание пропускного режима на предприятии. Вычисление мошеннических схем в процессе инвентаризации активов и товарно-материальных ценностей
- Признаки корпоративного мошенничества, выявляемые на основе анализа поведения работников. Понятие симптомов мошенничества, применительно к человеческому фактору
- Взаимодействие предприятия с правоохранительными органами по выявленным фактам мошенничества

## Работа с дебиторской задолженностью

- Создание системы управления дебиторской задолженностью на предприятии. Зоны ответственности (матрица компетенции) подразделений и должностных лиц по взысканию долга
- Организация мониторинга неплатежей и финансовых рисков в договорной работе. Автоматизация и цифровая трансформация договорной работы. Сверки взаиморасчетов с контрагентами. Комиссия по управлению дебиторской задолженностью и особенность ее работы
- Гарантии выполнения финансовых обязательств. Основные способы управлением риска неплатежа. Особенность работы с банковскими гарантиями, залогами, поручителями, гарантийными письмами и иными механизмами предотвращения дебиторской задолженностью. Договор факторинга. Обеспечительный платеж. Страхование рисков неплатежей
- Особенность претензионно-исковой работы в современной политической и экономической ситуации, а также в условиях санкционного давления
- Типы организаций – должников по причинам возникновения долга. Способы работы с каждым типом должника
- Юридические способы взыскания долга. Обзор судебной

практики 2025-2026 годов по взысканию дебиторской задолженности. Судебный приказ. Договор цессии и иные способы переуступки долга

- Психологические способы взыскания долга. Формирование психологических портретов лиц, принимающих решение о погашении дебиторской задолженности и способы воздействия на них. Манипулирование и иные психологические приемы
- Имиджевые приемы воздействия, применяемые при работе с должниками. Законные способы формирования отрицательного имиджа. Некоторые приемы PR, применяемые на практике. Черные списки компаний-должников
- Использование административного ресурса по урегулированию дебиторской задолженности;
- Взаимоотношения со службой судебных приставов по взысканию долга. Права, обязанности и полномочия судебного пристава
- Медиация, как вид посреднических услуг по досудебному урегулированию споров по взысканию долга. Правовая основа деятельности медиаторов

## 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
- Верbalный, неверbalный 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 4Р
- 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

## Конфликт интересов в договорной работе

- Понятие «конфликт интересов» в антикоррупционном и ином законодательстве. Виды конфликтов интересов в закупках. Обязанность организаций, осуществляющих закупки, принимать меры по предотвращению и урегулированию конфликтов интересов
- Методика анализа ситуации в закупках, попадающая под понятие «конфликт интересов». Порядок предотвращения и урегулирования конфликта интересов. Применение мер дисциплинарного и иного воздействия к его участникам
- Формирование базы типовых ситуаций, содержащих факты личной заинтересованности. Определение признаков наличия личной заинтересованности в сделке
- Прямые и косвенные признаки аффилированности при анализе взаимоотношений с контрагентами
- Методика «тайного покупателя» при оценке личной заинтересованности работников и объективности ценовой политики при выборе контрагента
- Создание системы «обратной связи» на предприятии. Телефоны доверия, горячие линии, беседы с увольняющимися работниками, контакты с несоставившимися поставщиками и иные способы получения обратной связи