

## Страхование от перерыва в производстве: ключевые особенности и урегулирование убытков

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 07.08.2026

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

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

### Программа обучения

#### День 1

Краткий обзор экономики работы предприятия. Что и зачем страхуется от перерыва в производстве (ВІ)

- Виды бизнеса Страхователей и их особенности
- Структура затрат и выручки с точки зрения страхования убытков от перерыва в производстве
- Влияние страхового случая на деятельность Страхователя

Страхование ВІ, дополнительных расходов и ALOP и DSU

- Принципиальные отличия страхования убытков от перерыва в производстве от имущественного страхования,
- Краткий обзор классических подходов и методов страхования ВІ: составляющие, основные различия и ключевые моменты
- Страхование потери арендных платежей. Отличия от классического подхода к страхованию ВІ
- Анализ Правил страхования ВІ на примере ТОП-5 страховых компаний в сопоставлении с классическими подходами.

## Выявление особенностей, рекомендации по совершенствованию правил

### Особенности расчета и практика урегулирования убытков по ВІ

- Основные сложные моменты при урегулировании и расчетах
- Разбор конкретных примеров расчета убытков в тяжелой промышленности и энергетике
- Практические аспекты урегулирования убытков ALOP и DSU: международная практика

### Расчет конкретных примеров убытков по нескольким отраслям (практическая часть)

- Обсуждение подходов к расчету, проверка расчетов, рекомендации
- Анализ вопросов и примеров из практики слушателей

### Кейс: «Расчет убытка от перерыва в производстве (английский и американский подходы) в сфере ритейла и производства»

### 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