



## Обратная связь в компании

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

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

Дата начала: 09.04.2026

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

### Программа обучения

#### День 1

##### Роль обратной связи в управлении компанией

- Цикл управленческого процесса. Точка приложения обратной связи
- Задачи, которые решает обратная связь
- Формирование цели обратной связи
- Обратная связь как источник возможностей — feedback is a gift
- Конструктивная и неконструктивная обратная связь
- Концепция Radical Candor (Откровенная искренность)

Практикум: «Тренировка обратной связи в формате четырех правил откровенности: постановка цели, концепция Radical Candor, обсуждение фокусных зон»

##### Алгоритмы предоставления и принятия обратной связи

- Модель самопознания Окно Джохари
- Основные принципы предоставления и принятия обратной связи
- Универсальные модели обратной связи
- Принципы победителей (ДНК компании)



Практикумы:

- Тест «Окно Джохари»
- Упражнение «Отработка навыков принятия и предоставления обратной связи в режиме решения рабочей задачи»

Фреймворки предоставления ОС в команде

- Пять элементов сильной команды
- Диагностика состояний команды.
- Управление сопротивлением сотрудников с помощью концепции ADKAR
- Обратная связь в современных моделях управления: Scrum, Dragon Dreaming
- Расследование ошибок и план действий

Практикум: «Предоставление обратной связи между отделами компании и выработка совместного плана действий»

Фреймворки предоставления ОС в формате «один на один»

- Нетворкинг как инструмент мотивации
- Эффективная встреча «один на один»
- Я-сообщения
- Коучинг и менторинг как инструменты изменений

Практикумы:

- Упражнение «В чем ты лучший»
- Ролевая игра с отработкой я-сообщений и открытых вопросов

Подведение итогов дня

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 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