

## ОРГАНИЗАЦИЯ ВЭД НА ПРЕДПРИЯТИИ

Практический семинар с элементами стратегической сессии «Организация ВЭД на предприятии» позволит слушателям овладеть инструментами по принятию решений и управления рисками в организации внешне-экономической деятельности в своих компаниях, осуществления взаимодействия с зарубежными партнерами.

Семинар носит исключительно практическую направленность и предназначен для собственников, руководителей, заинтересованных в организации и совершенствовании ВЭД в своих компаниях, информация с семинара готова к применению в непосредственной деятельности.

Знания и навыки, полученные при изучении информации с семинара, повышают личную конкурентоспособность в построении карьеры и развития бизнеса в условиях современной экономики при работе на российском и международном рынке.

### ПРОГРАММА СЕМИНАРА:

1. Организация ВЭД на предприятии: ключевые предпосылки и рыночные тенденции.
2. Организационная структура: поиск и подбор персонала, управление мотивацией и рисками.
3. Формы международной торговли.
4. Выбор и оценка зарубежного партнера, подготовка коммерческого предложения.
5. Основные источники поиска информации о зарубежных производителях.
6. Правила выбора поставщика, проверка надежности потенциального партнера, управление рисками.
7. Выставки, как способ оценки потенциальные возможностей на рынке.
8. Интернет: практические методы поиска и проверки информации о контрагентах и рыночных тенденциях.
9. Внешнеторговые контракты, шаблоны, некоторые нюансы работы.
10. Основные причины неудач при работе на международных рынках.
11. Привлечение иностранных инвестиций, организация совместных предприятий.
12. Краткий обзор таможенное и валютное регулирование внешнеэкономических связей.

**РЕШЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ КЕЙСОВ:**

- Разработка системы ключевых показателей управлением ВЭД на предприятии.
- Проверка надежности поставщика продукции/зарубежного партнера.
- Алгоритм взаимоотношений с брокерами, с зарубежными консалтинговыми компаниями.
- Ключевые точки по организации бизнеса с зарубежными партнерами и построения взаимодействия на российском рынке.
- Как тестировать идеи новых продуктов на зарубежных потребителях.
- Сотрудничество консалтинговыми компаниями. Как использовать их компетенции и физическое присутствие в странах для решения самых сложных и нестандартных задач.