

ТРЕНИНГ: АУДИТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ: РЕКЛАМА, СПОНСОРСТВО И BTL

ДАТЫ ПРОВЕДЕНИЯ	17-18 февраля 2021 (10:00-13:15)	20 октября 2021 (10:00-17:15)
ФОРМАТ	Дистанционно	Очно
СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ	20000 рублей (НДС не облагается)	
ПОДТВЕРЖДЕНИЕ	Именной сертификат Института внутренних аудиторов	



Спирина Екатерина Александровна – Директор по операционным аудитам, Сегежа Групп, ранее Руководитель по внутреннему аудиту коммерческих процессов ПАО «МегаФон», член российского Института внутренних аудиторов. Опыт работы во внутреннем аудите более 15 лет.

ОПИСАНИЕ ТРЕНИНГА

Цифровая трансформация, рост числа каналов коммуникации, социальные сети, платформы для персонализированного маркетинга, Big data, - эти и другие факторы определяют новые стандарты для бизнеса и управления маркетинговыми коммуникациями. Расходы на маркетинговые коммуникации составляют существенную часть бюджета компаний. Акционерам и руководству важно осознавать, что эти расходы эффективны и способствуют достижению бизнес-результата.

ЦЕЛЬ ТРЕНИНГА

- Изучить теоретические аспекты и получить системное представление о видах маркетинговых коммуникаций в компаниях.
- Понять особенности процедуры выбора поставщиков услуг по планированию, размещению и производству рекламы, а также видов взаимоотношений с медиа агентствами.
- Освоить порядок планирования, производства, запуска и оценки эффективности рекламных кампаний в медиа-каналах (ТВ, Интернет, радио, пресса), конверсионных медиа, наружной рекламы, а также спонсорских проектов и BTL.
- Разобрать практические примеры из аудита рекламы, спонсорства и BTL.
- Получить алгоритм для оценки процессов рекламы, спонсорства и BTL в вашей компании.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- Внутренние аудиторы (руководители, менеджеры, специалисты)
- Представители подразделений маркетинговых коммуникаций, находящиеся в поиске новых подходов к оценке эффективности своей деятельности и работы внешних агентств
- Представители финансовых и иных подразделений, заинтересованные в эффективности рекламных расходов

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ ТРЕНИНГА

Обзорная информация о видах маркетинговых коммуникаций, трендах и новых технологиях, влияющих на управление маркетинговыми коммуникациями.

Риски и анализ эффективности процессов маркетинговых коммуникаций:

- Формирование Рекламной стратегии и бюджета
- Выбор поставщиков услуг по планированию, производству и размещению рекламы
- Планирование рекламных кампаний
- Креатив и производство рекламы
- Реклама в медиаканалах: ТВ, Интернет, радио и пресса
- Реклама в конверсионных медиа
- Наружная реклама
- Спонсорство и BTL
- Управление эффективностью рекламных кампаний

Практические задания для проведения аудита.