

Исходный URL: <https://mbschool.ru/online/kurs/212165>

## **Принципы операционного планирования и контроля маркетинговых бюджетов в условиях кризиса. Онлайн-курс**

Продолжительность:

1 день (8 академических часов)

Формат проведения:

Онлайн-курс (Вебинар)

Программа:

### **Финансовая составляющая в бюджетировании маркетинга**

- Основные финансовые документы, важные для маркетинга в процессе бюджетирования и контроля
- Ключевые показатели при формировании цепочки прибыльности
- Вклад маркетинга в управление прибыльностью компании

### **Бюджетирование маркетинга как часть общего процесса формирования бюджетов компании**

- Стратегическое целеполагание при годовом бюджетировании маркетинга
- Роли и сценарии в бюджетировании
- Определение ключевых ограничений операционной деятельности на средне- и долгосрочный период
- Роль бюджета маркетинга в оптимизации прибыльности компании

### **Принципы формирования бюджетного плана маркетинга**

- Подходы формирования бюджетов маркетинга
- Ключевые статьи и уровни затрат в маркетинге
- Бюджетирование активаций в маркетинге на уровне тактического планирования  
Ценообразование в затратах маркетинга
- Определение гибкости затрат маркетинга в условиях кризиса
- Учет рисков среднесрочного и краткосрочного характера
- Современные форматы определения бюджета маркетинга на основе юнит-экономики

Практикум-кейс «Оптимизация бюджета маркетинга компании на уровне годового планирования»

### **Операционный контроль маркетинговых бюджетов**

- Распределение полномочий и ответственности в рамках процесса
- Организация регулярного контроля бюджета маркетинга
- Ключевые показатели промежуточных точек контроля в условиях кризиса
- Ключевые отчеты, позволяющие контролировать выполнение бюджетов
- Подходы к оптимизации бюджетов
- Работа с существенными изменениями: отношения с подрядчиками и поставщиками

Практикум-упражнение «Тактическая оптимизация бюджетов маркетинга на основе данных по эффективности маркетинг микса»