

Медиапланирование

Основные маркетинговые затраты приходятся на размещение рекламных материалов в СМИ и других каналах продвижения. Однако оценить, насколько эффективно сработал каждый из них, часто бывает невозможно. Для того чтобы оптимально реализовать свой рекламный бюджет, необходимы навыки медиапланирования. Обладая ими, вы сможете не только выбрать канал размещения рекламы, но и предсказать и оценить эффективность этого размещения.

Внимание! Вы можете посетить полный курс [«Менеджер по маркетингу и рекламе»](#).

Расписание

Город: Санкт-Петербург

Дата:

- 29 октября `19
- 21 января `20
- 8 апреля `20

В результате обучения вы:

- изучите инструмент сравнения эффективности различных видов рекламных носителей и выбора оптимальных вариантов
 - научитесь составлять Media Mix
 - получите методы оперативной оценки эффективности каждого действия или бездействия, позволяющие оптимизировать рекламные расходы
 - можете работать с различными объемами бюджетов
 - владеете специализированной терминологией
-

Программа семинара

Рекламное планирование и бюджетирование

- Основные принципы и необходимость планирования
- Структура рекламного плана

- Определение рекламного бюджета и его обоснование
- Управление рекламным бюджетом
- Основные концепции измерения эффективности рекламы: их преимущества и недостатки

Практикум:

- кейс «Продуктово-рыночная матрица»
- расчет маркетингового ROI, маркетинговая оценочная матрица

Медиапланирование: основные термины и показатели

- Кто они: медиапланеры и медиа-байеры
- Обзор основных каналов размещения
- Медиапланирование в терминах
- Расчет стоимости контакта в различных каналах коммуникации
- Бюджет на продвижение: различные подходы к формированию
- Прогноз и определение эффективности затрат
- Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования

Выбираем каналы размещения. Характеристики и особенности основных каналов размещения

- Пресса
- ТВ
- Радио
- Интернет
- Наружная реклама
- Кино
- Принципы составления MediaMix
- Размещение с помощью агентств: преимущества и недостатки
- Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования

Практикум:

- Подготовка групповых медиапланов
- Сравнение медиапланов участников
- Анализ домашних медиапланов участников в малых группах
- Решение задач по расчету индексов медиапланирования (CPC, CTR и пр.) — не менее 15 задач
- Учебные дебаты: медиапланер и медиабайер — общее и различное

Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **13400 руб.** с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
 - Кофе-паузы, обеды
 - [Сертификат Moscow Business School](#)
 - [Удостоверение о повышении квалификации*](#)
 - [Диплом о профессиональной переподготовке**](#)
-

Преподаватели семинара

- **Рафиков Вячеслав Александрович**

Эксперт-практик в области маркетинга, брендинга и маркетинговых исследований