

Медиапланирование

Основные маркетинговые затраты приходится на размещение рекламных материалов в СМИ и других каналах продвижения. Однако оценить, насколько эффективно сработал каждый из них, правильно ли были распределены бюджеты между ними, часто бывает невозможно. Поэтому для того, чтобы оптимально реализовать свой рекламный бюджет, необходимы навыки медиапланирования. Обладая ими, вы сможете не только выбрать оптимальный канал размещения рекламы, но и предсказать и оценить эффективность этого размещения. Семинар «Медиапланирование» поможет вам в этом.

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

Внимание! Для повышения результативности и практической направленности обучения просим всех участников принести на семинар свои пресс-релизы, медиа- и маркетинговые планы (можно также в электронном формате).

Расписание

Город: Москва

Дата:

- 14 января `20
- 7 апреля `20
- 7 июля `20

В результате обучения вы:

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

Программа семинара

Медиапланирование: основные термины и показатели

- Место медиапланирования в рекламной кампании. Для чего и как нужно планировать медиа
- Маркетинговые, коммуникативные и медийные цели рекламной кампании, их взаимосвязь
- Исходная информация, необходимая для начала планирования. Целевая аудитория
- Медиабриф: его назначение и содержание
- Основные медиахарактеристики и показатели в медиапланировании
- Оценка рассмотрения медиапланов конкурентов

Практикум «Решение задач по медиапланированию»

- Выбор СМИ. Основные характеристики медиа
- ТВ, радио, пресса, наружная реклама, транспорт, интернет, кино: особенности использования в медиамиксе
- Принципы составления медиамикса
- Нестандартное размещение. Когда его нужно использовать. Индор- и амбиентмедиа
- Медиабаинг. Покупать самим или работать с агентством. Особенности медиабаинга на ТВ. Покупка ТВ-размещения по рейтингам

Практикум «Рассмотрение реального кейса по планированию рекламной кампании»

Стоимость участия

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

В стоимость обучения входит:

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

Преподаватели семинара

- **Сазонов Алексей Дмитриевич**

Кандидат технических наук, эксперт-практик в области стратегического и медиапланирования маркетинговых коммуникаций. Бизнес-тренер, консультант