

# **INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY**

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

## **Практический курс по рекламе, PR и медиапланированию**

### **Программа**

1 день

#### **Реклама, которая продаёт**

- Инструменты, формы и виды рекламы
- Основные принципы и необходимость планирования
- Структура рекламного плана
- Определение рекламного бюджета
- Просмотр лучшей мировой рекламы

#### **BTL и стимулирование сбыта**

- Причины роста инвестиций на BTL-рекламу
- Основные инструменты комплекса BTL
- Основные методы стимулированию сбыта. Алгоритм выбора типов стимулирования
- Стимулирование конечных потребителей: Consumer promotion
- Разработка сценария промо-акции и контроль ее реализации

#### **Практикум:**

- Разработка рекламной кампании

- Написание рекламных слоганов

## **Его величество PR**

- Инструменты, формы и виды PR
- Общее и различное рекламы и PR
- Анализ реальных PR проектов
- Приглашение
- Пресс-релиз, пресс-конференция
- Конференция, круглый стол
- Биографическая справка
- Статья
- Заявление для СМИ
- Пресс-кит, медиа-кит

2 день

## **Media-Relations. GR. IR**

- Media relations: пресс-релизы, комментарии, пресс-ланчи, база СМИ, база комментариев, интервью
- Работа с партнерами: конференции, блог, книги, колонки в СМИ
- IR: деловые обеды и ужины, презентации
- GR: участие в ассоциациях и торговых палатах, письма, совместные проекты с властью
- Сотрудники и семьи: корпоративные мероприятия, газеты и журналы, речи, блог
- Эффективный PR-менеджер: функции, обязанности, требования, ответственность. Собеседование. Портфолио

## **Практикум:**

- Написание пресс-релизов
- Написание статей
- Разработка PR-кампании

## **Медиапланирование: основные термины и показатели**

- Обзор основных каналов размещения
- Медиапланирование в терминах
- Успешное проведение медиаисследования

- Как узнать эффективную частоту контактов с рекламным сообщением
- Что по чем: расчет стоимости контакта в различных каналах коммуникации
- Бюджет на продвижение: различные подходы к формированию
- Прогноз и определение эффективности затрат

## **Выбираем каналы размещения. Характеристики и особенности основных каналов размещения**

- Пресса
- ТВ
- Радио
- Internet
- Наружная реклама
- Кино
- Принципы составления Media Mix
- Аутсорсинг. Размещение с помощью медиа-агентств: преимущества и недостатки

### **Практикум:**

- Подготовка разных групповых медиапланов
- Сравнение медиапланов участников

## **INTERNATIONAL BUSINESS ACADEMY**

+7 727 328 02 02/03 hotline 24/7

+7 702 777 44 11

Казахстан, город Алматы, ул. Жарокова 318, офис 23

[www.iba.kz](http://www.iba.kz)

[info@iba.kz](mailto:info@iba.kz)