

№ 23868/IBA от 28.06.2026

**Коммерческое предложение
по обучению
для компании «»**

По теме:

**«МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГУ,
РЕКЛАМЕ И PR. ИНСТРУМЕНТЫ
ЭФФЕКТИВНОЙ РАБОТЫ»**

От ИП International Business Academy

2026

International Business Academy благодарит Вас за внимание к нашей компании и предлагает ознакомиться с коммерческим предложением по организации и проведению семинара

Наши конкурентные преимущества:

- **Индивидуальная разработка программ под заказ**
- **Mini ассесмент + отчет (по договорённости с клиентом)**
- **Большой выбор тренеров**
- **Персональный менеджер, курирующий проект**
- **Посттренинговая поддержка 6 месяцев**
- **Программы лояльности для постоянных клиентов**
- **Высокая репутация компании IBA и рекомендации от ведущих компаний Казахстана**
- **Обучение в рамках международных стандартов**

УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА:

ИП International Business Academy приглашает Вас принять участие в обучении по теме: "Менеджер по маркетингу, рекламе и PR. Инструменты эффективной работы".

Стоимость обучения: 296500 тенге без НДС. Цена на 2027 год с учетом индексации 10% составит 326150 тенге без НДС.

*Компания ИП International Business Academy с 2026 года работает на общеустановленном режиме налогообложения с НДС.

*НДС 16% будет добавлен в счет на оплату.

Место проведения: очно территория Поставщика/ онлайн платформа ZOOM

Даты проведения:

Алматы:

27-28 мая 2026

1-2 июля 2027

8-9 сентября 2027

29-30 сентября 2027

Онлайн:

21-22 июня 2027

30-31 августа 2027

* даты требуют дополнительного согласования

Продолжительность: 16 академических часов

Время: с 10:00 до 17:30.

Количество участников: 1 человек

В стоимость обучения входит: обучение, комплект эксклюзивных обучающих материалов, блокнот, ручка, сертификат International Business Academy, посттренинговая поддержка (6 месяцев), 2 кофе-брейка в каждый день занятий (при условии, что обучение очное).

Просим заключить договор заранее как минимум за 1-2 месяца до начала обучения и забронировать даты с тренером.

Исполнитель: Батухтина Н.Е

1 день

Менеджер по маркетингу и рекламе в структуре управления компанией

- Основные функции менеджера по маркетингу и рекламе
- Основы маркетинговых исследований и аналитики
- Принципы анализа ассортиментного портфеля. Методы анализа: Продуктово-рыночная матрица
- Маркетинговая поддержка продаж
- Сегментация потребителей и рынков. Методика многофакторного моделирования и методика 1000×1000. Способы оценки и выбора приоритетных сегментов

Рекламное планирование и бюджетирование

- Основные принципы и структура маркетингового планирования. Сроки и этапы, формы плана
- Определение рекламного бюджета и его обоснование
- Управление рекламным бюджетом
- Основные концепции измерения эффективности рекламы: их преимущества и недостатки

Практикум: Методики выделения целевых сегментов на рынках B2B и B2C, оценка эффективности программы продвижения, разработка продуктово-рыночной матрицы

2 день

Медиапланирование. Выбор основных каналов воздействия

- Медиапланирование в терминах: сложности понимания
- Обзор основных каналов размещения рекламы
- Телевидение
- Радио
- Пресса
- Наружная реклама
- Интернет
- Принципы составления Media Mix

Практикум: Выбор медиаканалов по кейсу

Эффективность качественного PR

- PR как часть планирования маркетинга. Основные функции и зоны ответственности
- Внешний PR: СМИ, деловые презентации, участие в ассоциациях и торговых палатах, совместные проекты с властью
- Корпоративный PR: работа с партнерами

- Внутренний PR: сотрудники и семьи
- Каналы коммуникации и инструменты PR. Определение целевой аудитории
- СМИ: пресс-релизы, комментарии, пресс-конференции, база СМИ, комментарии, интервью
- Развитие связей со СМИ. Что ждет пресса
- PR тексты: виды, правила составления, эффективность. Методика ГКЧП
- 10 правил составления яркого заголовка

Практикум: разработка пресс-релиза и программы пресс-тура

Стимулирование продаж

- Стимулирование потребителя: BTL
- Стимулирование оптовой и розничной торговли
- Стимулирование собственного торгового персонала
- Программы лояльности
- Оценка эффективности мероприятий по стимулированию. Методика расчета

Практикум: Выбор методов стимулирования по кейсу, расчет оценки эффективности мероприятий по стимулированию