**№ 79503/IBA от 12.11.2026**

CENTRAL ASIAN ASSOCIATION FOR ACCREDITATION OF EDUCATION

**International Business Academy обладает международной институциональной аккредитацией в сфере образования, подтверждающей соответствие международным стандартам качества образовательной деятельности**

## Коммерческое предложение для компании «»

### Условия сотрудничества

«International Business Academy» приглашает Вас принять участие в обучении по теме: «Практический курс по рекламе, PR и медиапланированию».

**Стоимость без НДС:** 296 500 тенге.

**Стоимость с НДС:** 343 940 тенге (включает НДС 16%).

Цена на 2027 год с учетом индексации 10%: 326 150 тенге без НДС; 378 334 тенге с НДС (включает НДС 16%).

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

**Место проведения:** очно территория Поставщика/ онлайн платформа ZOOM

**Количество участников:** 1 человек

**Продолжительность обучения**: 2 дня (16 академ.часов)

**Даты проведения:**

Алматы: 8-9 декабря 2026, 7-8 июня 2027, 5-6 августа 2027, 28-29 октября 2027, 20-21 марта 2028, 21-22 июня 2028, 20-21 сентября 2028

Онлайн: 18-19 ноября 2026, 21-22 июля 2027, 2-3 ноября 2027, 17-18 апреля 2028, 15-16 августа 2028, 18-19 декабря 2028

* даты требуют дополнительного согласования

**Расписание:** с 10:00 - 17.30

**В стоимость обучения входит**: обучение, комплект эксклюзивных обучающих материалов, блокнот, ручка, сертификат International Business Academy, посттренинговая поддержка (3 месяца), обед и кофе-брейк в каждый день занятий (при условии, что обучение очное).

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

**Исполнитель:**




**Руководитель Батухтина Н.Е.**

**International Business Academy — обучение, ориентированное на практический результат, развитие сотрудников и рост эффективности бизнеса.**

**Описание программы:**

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