

Auditing the Marketing Function



Office Address:

Suite 1718, Patra Office Tower 17th Fl
Jl. Gatot Subroto Kav.32-34
Jakarta 12950

Telepon:

+ 62-21-5289-2279
+ 62-21-3696-1995

Faximile:

+ 6221-520-7195

eMail:

lpai.indonesia@gmail.com

website:

www.lpauditorinternal.org

Tentang LPAl

LPAl adalah lembaga yang concern terhadap pengembangan SDM bidang audit internal. Sebagai salah satu divisi training dari Proesdeem Indonesia — lembaga konsultan manajemen yang sejak 1995 memfokuskan kegiatannya pada pelatihan manajemen — LPAl menyelenggarakan pelatihan internal audit dan fraud audit secara lengkap, terprogram-berkesinambungan, serta kurikulum berkualitas. Pelatihan yang diselenggarakan oleh LPAl senantiasa dievaluasi dan diupdate — mengacu pada perkembangan pengetahuan dan praktek bisnis paling mutakhir — dimana benchmarknya adalah lembaga-lembaga internal audit dan fraud audit yang sudah dikenal baik reputasinya di dunia.

Selain itu program pelatihan yang diselenggarakan oleh LPAl didukung oleh tenaga instruktur berpengalaman, baik sebagai instruktur maupun sebagai auditor ataupun praktisi manajemen lainnya serta memiliki background pendidikan S2 dan Ph.D. dari dalam dan luar negeri. Sebagian besar instruktur LPAl adalah praktisi audit yang memiliki sertifikat keahlian atau profesi seperti CIA, CFE, CISA, dan sebagainya.

Untuk informasi lengkap mengenai program LPAl dapat diklik di www.lpauditorinternal.org

Web Service Links:

www.bepro-seminar.com
www.careertrack-training.com
www.theITMP.com
www.PROESDEEM.com



www.LPAuditorInternal.org

Dewasa ini, persaingan dalam dunia bisnis sangat ketat. Konsumen memiliki pilihan produk yang amat beragam, sehingga tiap perusahaan akan berusaha menarik *awareness* mereka, mencoba produk dan menjadikan mereka *customer* yang loyal. Situasi ini menyebabkan mau tidak mau setiap perusahaan harus menjadikan marketing menjadi "panglima" atau sebagai lokomotif untuk menarik gerbong-gerbong fungsi perusahaan yang lain. Jika pemasaran tidak berhasil, perusahaan secara keseluruhan akan mengalami kesulitan.

Bagi kebanyakan fungsi lainnya dalam perusahaan, termasuk pengawasan, marketing masih merupakan sebuah kegiatan yang bersifat *black box*: tidak terlalu jelas apa yang terjadi di sana. Padahal fungsi yang sedemikian pentingnya bagi perusahaan tentunya harus mendapatkan pengawasan yang memadai. Bagi auditor, memberikan nilai tambah bagi fungsi marketing masih cukup sulit dilakukan, sehingga merupakan tantangan tersendiri.

Oleh karena itu, untuk dapat melakukan audit operasional atas fungsi marketing, seorang auditor tidak hanya cukup menguasai auditing saja. Auditor juga dituntut memiliki landasan pengetahuan yang memadai mengenai marketing. Dengan demikian, audit yang dilakukan dapat memberikan saran-saran perbaikan yang dapat dilaksanakan, sehingga fungsi pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien.

Pelatihan untuk Anda:

- Auditor Internal atau Satuan Pengendalian Internal pada seluruh tingkatan: manajerial, supervisor, ketua tim, dan anggota tim
- Staf profesional yang ingin memiliki pengetahuan tentang tatacara pelaksanaan audit operasional atas fungsi marketing

Pelatihan ini bertujuan untuk:

- A. Memberikan pemahaman kepada peserta mengenai tatacara pelaksanaan audit operasional atas fungsi marketing.
- B. Membekali peserta dengan Teknik-teknik dan pendekatan Audit Internal terhadap aktifitas marketing
- C. Secara umum pelatihan ini diharapkan akan memberikan pengetahuan dan wawasan baru bagi auditor dalam melakukan tugas-tugas audit yang bernilai tambah

Pokok-Pokok Pembahasan:

I. UNDERSTANDING OF MARKETING AREAS

- Marketing environment
- Marketing strategy and objectives
- Marketing organization
- Marketing systems
- Marketing productivity
- Marketing mix

II. Characteristics of A Marketing Audit

III. Marketing Audit Process-1, Review background materials:

- financial results
- organization chart
- business plans
- Interview management and tour facilities
- Ride with salespeople and visit customers
- Hold interim meetings to discuss findings and likely alternatives

IV. Marketing Audit Process-2, Gather additional information:

- additional management and salesperson interviews
- interview and written surveys with customers and trade
- internal written survey
- outside expert interviews
- competitor interviews
- product costs and profits, sales results, marketing budgets
- Perform analysis and develop alternatives
- Hold work sessions to develop marketing strategy and next steps for implementation

V. Case Study & Diskusi

Informasi Pelaksanaan:

Jadwal Anda	Lokasi
February 27-28, 2012	Jakarta
April 19-20, 2012	Bandung
June 07-08, 2012	Jakarta
August 29-30, 2012	Jakarta
October 09-10, 2012	Bandung
December 13-14, 2012	Jakarta
Investasi/Peserta Rp3.500.000,00 (tidak termasuk pajak dan akomodasi)	
Fasilitator: Team Instruktur LPAl	

Lokasi & Ketentuan Pelaksanaan:

Jakarta: Patra Office Tower#1710 atau Hotel Puri Denpasar/Peninsula/Ibis Slipi/Century/ atau hotel lainnya yang akan dikonfirmasi melalui undangan seminar.
Bandung: Hotel Golden Flower, Grand Seriti, atau hotel lainnya yang akan dikonfirmasi melalui undangan seminar.

Jumlah peserta minimal untuk pelaksanaan di Bandung 5 (lima) orang, Jakarta 3 (tiga) orang sesuai konfirmasi yang kami terima seminggu sebelum pelaksanaan. Dalam hal jumlah peserta kurang dari ketentuan minimal tersebut maka keputusan pelaksanaannya dapat dibicarakan kedua belah pihak untuk mendapatkan solusi terbaik.

Bila Anda menginginkan jadwal dan lokasi yang berbeda dengan yang telah ditentukan di atas silahkan hubungi Customer Service kami melalui telepon 021-5289-2279, 021-3696-1995 atau email: lpai.indonesia@gmail.com