



PR+ FORUM 2024

**14-16 ФЕВРАЛЯ
МОСКВА 2024**

VIII Всероссийский форум
профессионалов сферы PR
INTERFORUMS.RU/PR24

Программа форума

PR+ Forum 2024

Москва, 14-16 февраля 2024

B2B DAY: PR В СФЕРЕ B2B, 14 февраля

ВЕДУЩИЙ ФОРУМА



Александр
Пархоменко

Шоумен и музыкальный продюсер

9:00-9:55

РЕГИСТРАЦИЯ И УТРЕННИЙ КОФЕ

10:00-11:00

ДИСКУССИЯ. АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

- Поменялась ли ваша стратегия в сфере PR за последний год, как на неё повлияли внешние кризисы?
- Появились ли новые ограничения на публикацию информации?
- Поменялась ли роль первых лиц в PR деятельности компании?
- Закон о рекламе: как он повлиял на PR-деятельность вашей компании? Поделитесь с коллегами опытом работы в новых условиях



Виктория
Васильева

Директор департамента по связям с
общественностью

ПОЛЮС



Илья
Житомирский

Директор по общественным связям и коммуникациям

**ТРУБНАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ,
ГРУППА СИНАРА**



Виталий
Богаченко

Директор по корпоративным отношениям и устойчивому развитию

ЦЕМЕНТУМ



Михаил
Васин

Руководитель отдела корпоративных коммуникаций в России и странах развивающихся рынков

ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО



Сергей
Ильинский

Директор по связям с общественностью

АВТОВАЗ



Юлия
Глухова

Директор департамента маркетинга и коммуникаций

ИНГОССТРАХ

МОДЕРАТОР ДИСКУССИИ



Андрей
Городов

Директор по коммуникациям

ФОНД РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

11:00-11:30

КЕЙС. СОЦИАЛЬНЫЙ PR ДЛЯ БИЗНЕСА: ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ И СТРАТЕГИИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ОРГАНАМИ И ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА КОМПАНИИ СРЕДИ МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ



Виктория
Васильева

Директор департамента по связям с
общественностью

ПОЛЮС

11:30-12:00

КОФЕ-БРЕЙК

12:00-12:30

КЕЙС. ОХОТА НА ЛПР: СТРАТЕГИИ И МЕХАНИКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ PR-ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ВЫХОДА НА ВЛАДЕЛЬЦЕВ И ПРОФИЛЬНЫХ РУКОВОДИТЕЛЕЙ. РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ ДОСТУПНОСТИ КЛЮЧЕВЫХ ЛИЦ

- А вы уверены, что ЛПР не охотится за вами?
- Проверка пиарщика на «свой-чужой» в комьюнити ключевых лиц
- «Соответствуй, нацелься, вовлекай» — кейс использования механики АВМ-маркетинга для выхода на профильных руководителей



Марьяна
Сидорова

PR-менеджер

ЭТП «ФАБРИКАНТ»

12:30-13:00

КЕЙС. ПЕРЕХОД В ДИДЖИТАЛ: БАЛАНС МЕЖДУ ПЕЧАТНЫМИ И ЦИФРОВЫМИ МАТЕРИАЛАМИ ДЛЯ КОМПАНИЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО СЕКТОРА. ВЫЗОВЫ И РЕШЕНИЯ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К РАЗЛИЧНЫМ ЭЛЕКТРОННЫМ ФОРМАТАМ

- Печать vs digital: что выбрать и как соблюсти баланс
- Нужен ли цифровой журнал в производственной компании?
- Опыт создания онлайн-журнала в энергетической компании Юнипро
- Digital media = brand media?
- Переход в digital: что говорят сотрудники?



Мария
Бейгер

Пресс-секретарь

ЮНИПРО

13:00-13:30

КЕЙС. PR ПЕРВОГО ЛИЦА: БЫСТРЫЙ И РЕЗУЛЬТАТИВНЫЙ ВЫВОД НЕМЕДИЙНЫХ ПЕРСОН В МЕДИЙНОЕ ПРОСТРАНСТВО

13:30-14:00

КЕЙС. ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ В TELEGRAM: ОПЫТ, СТРАТЕГИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ



Александра
Терентьева

Начальник отдела по работе с социальными медиа

СЕВЕРСТАЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ

14:00-15:00

ОБЕД

15:00-15:30

КЕЙС. ОПЫТ ВЕДЕНИЯ СОБСТВЕННОГО ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛА ПРОМЫШЛЕННОЙ КОМПАНИИ

15:30-16:00

КЕЙС. ОСВЕЩЕНИЕ ИНТЕРЕСНЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КЕЙСОВ В B2B-СЕКТОРЕ: КАК СДЕЛАТЬ ИНТЕРЕСНО, СОБЛЮСТИ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ И УЧЕСТЬ ОГРАНИЧЕНИЯ СО СТОРОНЫ ПРОИЗВОДСТВА?



Юлия
Деева

Руководитель направления по связям с общественностью

ПОЛЮС

16:00-16:30

КЕЙС. МЕЖДУНАРОДНЫЙ GR: ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ В СТРАНАХ АЗИИ И БЛИЖНЕГО ВОСТОКА

16:30-17:00

КЕЙС. СИЛА КОБРЕНДИНГА ДЛЯ МАРКЕТИНГА И PR, ИЛИ КОГДА ОДИН ПЛЮС ОДИН НЕ РАВНО ДВУМ

- Каким образом использовать коллаборации для роста узнаваемости брендов, целевых аудиторий, медиапредставленности и расширения каналов коммуникаций
- Сотрудничество брендов при правильном целеполагании и организации процессов взаимодействия формирует новую ценность для каждого участника. Рассмотрим, как это сработало на примере совместного проекта двух лидеров в своих отраслях
- Как выбрать партнера и как организовать взаимовыгодное сотрудничество, чтобы оно приносило плоды для бизнеса



Сергей
Кузнецов

PR-директор

«ЯКОВ И ПАРТНЕРЫ»



Людмила
Григорьева

PR-директор

ГРУППА КОМПАНИЙ «ЦИФРА»

17:00-17:30

КЕЙС. ИНФЛЮЕНСЕРЫ И БЛОГЕРЫ В СЕГМЕНТЕ B2B

- Как оценить канал/блогера
- Как не нарваться на ботов
- Как сделать формат максимально нативным
- Как оценить эффективность размещения



Софья
Сонина

PR-директор

МОЙСКЛАД

17:30-18:00

КЕЙС. ДАЛЬНЕЙШЕЕ РАЗВИТИЕ ESG-СТРАТЕГИИ В ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЯХ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

- Три веселых буквы. В какой мы стадии?
- Денег нет, но вы держитесь
- Держимся. Обосновываем. Вовлекаемся. Действуем



Олеся
Климашевская

Заместитель генерального директора по устойчивому развитию и корпоративным коммуникациям

ТРАНСЭНЕРГОПРОМ

18:00

ЗАВЕРШЕНИЕ СПЕЦИАЛЬНОГО ДНЯ

Первый день. 15 февраля

ВЕДУЩИЙ ФОРУМА



Александр
Пархоменко

Шоумен и музыкальный продюсер

9:00-9:55

РЕГИСТРАЦИЯ И УТРЕННИЙ КОФЕ

СЕССИЯ 1. ДАЛЬНЕЙШАЯ АДАПТАЦИЯ И ТРЕНДЫ СОВРЕМЕННОГО PR

10:00-11:00

БЛИЦ. НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ПЛАНИРОВАНИЮ И КОММУНИКАЦИИ В VUCA-МИРЕ

- PR умер, что опять?
- Гибкие PR стратегии: изменился ли ваш подход к стратегическому планированию?
- Эффективное размещение информации в различных каналах: перспективы 2024 года, приоритеты и стратегии
- Ваш опыт использования ИИ в своей работе
- Как поддержать интерес СМИ в условиях информационных ограничений?
- Эволюция PR: рост значимости внутренних коммуникаций и изменение роли пиарщика в организации



Владимир
Залужский

Вице-президент по корпоративному развитию и коммуникациям

РЕНЕССАНС СТРАХОВАНИЕ



Анна
Щепилова

Руководитель дивизиона корпоративных и внешних коммуникаций

METRO



Антон
Запольский

PR-директор

СОВКОМБАНК



Екатерина
Хватова

Руководитель PR-службы

ПОЧТА БАНК



Александр
Зильберт

Директор по информационной политике и корпоративным коммуникациям

ГРУППА ЛСР



Таисия
Ярмак

Начальник департамента информационной
политики

РОССЕТИ

МОДЕРАТОР



Каролина
Гладкова

Основатель

CG COMUNIQ

11:00-11:30

ДОКЛАД. PR-ИТОГИ 2024: ИНФОПОВОД ГОДА



Надежда
Жуковская

PR-директор

МЕДИАЛОГИЯ

11:30-12:00

ДОКЛАД. СУДЕБНАЯ ПРАКТИКА В СФЕРЕ МАРКИРОВКИ РЕКЛАМЫ: ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, ПРЕЦЕДЕНТЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ, ЧТОБЫ ИЗБЕЖАТЬ ШТРАФОВ



Валерий
Афонин

Руководитель практики «Цифровое право»

ЮК «ЗАРЦЫН И ПАРТНЕРЫ»

12:00-12:30

КОФЕ-БРЕЙК

12:30-13:00

КЕЙС. РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ УПАКОВКИ КОНТЕНТА БЕЗ ПРЕВРАЩЕНИЯ ЕГО В РЕКЛАМУ

- Контент ≠ реклама: как создавать пользовательский контент
- Как создавать контент попадающий в аудиторию
- Внешние амбассадоры как голос вашей коммуникации



Игорь
Попов

Head of Content and SMM

ВЕТВОМ

13:00-13:30

ДОКЛАД. ИНТЕГРАЦИЯ PR С МАРКЕТИНГОМ И ДИДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГОМ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ РОЛЕЙ И ЭФФЕКТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ БИЗНЕС-ЦЕЛЕЙ, ПОДДЕРЖКИ БРЕНДА И ПРОДУКТОВ



Анна
Щепилова

Руководитель дивизиона корпоративных и внешних коммуникаций

МЕТРО

13:30-14:00

ДОКЛАД. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ И МИКРО-МЕДИА: АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ НОВОГО МЕДИА-ЛАНДШАФТА

14:00-15:00

ОБЕД

15:00-15:30

КЕЙС. «ЧИТАТЬ СЛОЖНО СМОТРЕТЬ»: ВИДЕО КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ, ЦЕННОСТЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ

- Производство видео с ограниченными ресурсами
- Методы распространения видео на различных платформах
- Стратегии работы с видео-контентом



Светлана
Желонкина

Руководитель по визуальным коммуникациям

ОМК

СЕССИЯ 2. АНТИКРИЗ И УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ

15:30-17:00

АНТИКРИЗИСНЫЙ КЕЙС-КЛУБ. ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ И ОПЫТ ПРОФЕССИОНАЛОВ ПРИ ОТРАБОТКЕ СЛОЖНЫХ СИТУАЦИЙ

В этом блоке выступят представители трёх компаний из различных отраслей

15:30-16:00

КЕЙС. ПЛАМЯ ИЗ ИСКРЫ: КАК ПОТУШИТЬ ПОЖАР В МЕДИАПОЛЕ?

Кейс о том, как видео из YouTube переросло в негатив в СМИ и как антикризисный PR потушил пожар



Екатерина
Хватова

Руководитель PR-службы

ПОЧТА БАНК

16:00-16:30

КЕЙС. КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ В УСЛОВИЯХ РЕЙДЕРСКОЙ АТАКИ НА КОМПАНИЮ: PR ЧЕРЕЗ GR



Виталий
Богаченко

Директор по корпоративным отношениям и устойчивому развитию

ЦЕМЕНТУМ

16:30-17:00

КЕЙС. ПРОДУКТОВЫЙ PR В УСЛОВИЯХ МИФОВ И НЕДОВЕРИЯ К РОССИЙСКОЙ ФАРМЕ



Антонина
Карамзина

Руководитель отдела внешних коммуникаций

ВIOCAD

17:00-17:30

КЕЙС. РАБОТА С USER-GENERATED CONTENT: РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ



Ксения
Салтыкова

Директор по коммуникациям и клиентскому опыту

УРАЛЭНЕРГОСБЫТ

17:30-18:00

КЕЙС. РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЕБРЕНДИНГ ГЛОБАЛЬНОГО БРЕНДА: СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ ПОСЛЕ СМЕНЫ ВЫВЕСКИ

18:00-18:30

КЕЙС. ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНД ПИАРЩИКА: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ ВЫДЕЛЕНИЯ СЕБЯ КАК ЭКСПЕРТА ВНЕ КОМПАНИИ

- Сколько стоит личный бренд и кто за него платит?
- У каждого есть личный бренд, но как его измерить?
- Какие атрибуты подтверждают ваш сильный личный бренд?
- Личный бренд за месяц: миф или реальность?



Александра
Шабловская

Директор по корпоративным коммуникациям,
Бренд-коуч, медиатренер

ПРОГРЕСС

18:30

ЗАВЕРШЕНИЕ ПЕРВОГО ДНЯ ФОРУМА. ФУРШЕТ

Второй день. 16 февраля

ВЕДУЩИЙ ФОРУМА



Александр
Пархоменко

Шоумен и музыкальный продюсер

9:00-10:00

МАСТЕР-КЛАСС. ЭВОЛЮЦИЯ ПИТЧИНГА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ: ДЛЯ РУКОВОДСТВА, ДЛЯ СМИ, ДЛЯ ВСЕХ



Иван
Макаров

Руководитель группы работы с партнерами проекта

Новости

ДЗЕН

СЕССИЯ 3. КРИ И ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В PR

10:00-10:30

КЕЙС. ИЗМЕРЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ PR: МАТЕРИАЛЬНЫЕ И ИМИДЖЕВЫЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА УСПЕХА PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИХ СВЯЗЬ С БИЗНЕС-РЕЗУЛЬТАТАМИ



Антон
Запольский

PR-директор

СОВКОМБАНК

10:30-11:00

КЕЙС. PR В ЭПОХУ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИИ И НЕЙРОСЕТЕЙ В РАБОТЕ PR-ДЕПАРТАМЕНТОВ



Наталья
Бакренко

Директор маркетинговых и PR проектов в ИТ

РОСТЕЛЕКОМ

- Как работать с “невидимками” – с компаниями, которые не хотят чтобы о нем рассказывали
- Телеграм можно всё? Как классические СМИ переживают конкуренцию с телеграм-каналами? Что СМИ могут сделать с приватизацией тем и ньюсмекеров телеграм-каналами
- Не устала ли аудитория СМИ от новостей? Падает ли посещаемость: в чём причина и как с этим бороться?
- Аудитория СМИ: стареет ли она и как СМИ работают над удержанием молодёжной ЦА?
- ИИ за прошедший год сильно повлиял на мир вокруг нас. В том числе на планы развития ведущих иностранных СМИ. Как у нас обстоят дела с ИИ и когда же наконец ChatGPT заменит журналиста?



Иван
Макаров

Руководитель группы работы с партнерами проекта
Новости

ДЗЕН



Ольга
Сытник

Заместитель руководителя Центра медиапрактик

НИУ ВШЭ



Кирилл
Урбан

Руководитель Дирекции по информационно-цифровым платформам

КОММЕРСАНТЬ



Анна
Подпрятова

Директор по маркетинговым коммуникациям

НИУ ВШЭ



Ирина
Парфентьева

Первый заместитель руководителя Объединенной
редакции

РБК



Максим
Иванов

Заместитель главного редактора газеты и сайта

ВЕДОМОСТИ

МОДЕРАТОР ДИСКУССИИ



Глеб
Черкасов

Колумнист Forbes

12:00-12:30

КОФЕ-БРЕЙК

**СЕССИЯ 4. РАЗВИТИЕ, ИЗМЕНЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ И ТРАДИЦИОННЫХ КАНАЛОВ
КОММУНИКАЦИИ**

12:30-13:00

АНАЛИТИКА. РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ - 2024



Надежда
Жуковская

PR-директор

МЕДИАЛОГИЯ

13:00-13:30

КЕЙС. РОЛЬ СОБСТВЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА: ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ, ДОНЕСЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ СМЫСЛОВ, НОВЫЕ ТРЕНДЫ

- Цели присутствия компании в соцмедиа (контент подчиняется целям, доступные площадки в 2023 году. Примеры+аналитика)
- Интеграция TOV в соцмедиа: мешает или помогает в продвижении
- Тренды для брендов: коммерческая адаптация



Дарья
Ли

Руководитель отдела по работе с социальными
медиа

МЕГАМАРКЕТ

13:30-14:00

КЕЙС. TELEGRAM: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ ДЛЯ МЕДИА И PR. РАБОТА С ПЛАТФОРМОЙ, ОЦЕНКА КАНАЛОВ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ

- Стремительное развитие Telegram от мессенджера до «Нового медиа»
- Как эффективно использовать Telegram для привлечения новой аудитории и взаимодействия с действующими клиентами компании
- Как изменить отношение топ-менеджмента компании к Telegram
- Как измерить эффективность оценки работы с Telegram



Иван
Пучков

Директор по связям с общественностью

СТРАХОВОЙ ДОМ ВСК

14:00-14:30

ДОКЛАД. PR БРЕНДА ЧЕРЕЗ РАЗВИТИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ВЕБ САЙТА КОМПАНИИ. ПОЧЕМУ ЭТО ЭФФЕКТИВНО?

- PR возможности бренда
- Эффективные аналитические метрики
- Коммерческая эффективность PR компании через развитие веб сайта



Владимир
Бурков

Основатель

BURKOVPRO

14:30-15:30

ОБЕД

15:30-16:00

АНАЛИТИКА. ЛАНДШАФТ РЫНКА ТРУДА СФЕРЫ PR В РОССИИ



Елена
Артемьева

Директор по аналитике, Data Science и исследованиям

РАБОТА.РУ

16:00-16:30

КЕЙС. PR-ПРОЕКТЫ В ОБЛАСТИ ESG: СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ БИЗНЕСА



Яна
Абалымова

Руководитель отдела по связям с общественностью

ТС «СЛАТА» (X5 GROUP)

16:30-17:00

ДОКЛАД. СОВМЕСТНАЯ РОЛЬ PR, GR И HR В ПОСТРОЕНИИ ИМИДЖА КОМПАНИИ, ПРОДВИЖЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ И УКРЕПЛЕНИИ БРЕНДА СРЕДИ СОТРУДНИКОВ

- Особенности малых населённых пунктов с социально-экономической точки зрения
- «Бренд работодателя»/корпоративный бренд в специфике малых населённых пунктов (особенности восприятия)
- Ресурсы и потребности местных органов государственной власти (о чём у них болит голова, и чего они ждут от бизнеса)
- По каким «зайцам» должны бить проекты в малых населённых пунктах (решать проблемы местного сообщества, решать проблемы сотрудников => решать проблемы компании, продвигать бренд работодателя)
- Кейс о работе с местными СМИ и дальнейшее развитие проекта



Илья
Метревели

Начальник отдела по связям общественностью

ГК «БЛАГО»

17:00-17:30

ДОКЛАД. «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ»: ПРОЦЕСС ИЛИ РЕЗУЛЬТАТ? НОВАЯ ПАРАДИГМА СИСТЕМЫ КОММУНИКАЦИЙ И ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННЫХ БРЕНДОВ



Ольга
Юркова

Руководитель Центра социальных и
благотворительных программ

МТС

17:30-18:00

КЕЙС. РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ

- Как изменяется роль профильных специалистов по внешним коммуникациям при работе с внутрикомом?
- Какие навыки требуются для эффективной работы с внутренней аудиторией?

18:00

ЗАВЕРШЕНИЕ ФОРУМА