### МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ PR 2019

**PR TRENDS / DIGITAL PR / PR PRACTICE**

23-25 октября 2019 г., Москва

Заполненную заявку направьте Вашему менеджеру **Марине Бурштейн**на почту m.burshtein@im-conferences.com

Либо свяжитесь с ней по телефону: +7 (495) 369.25.99 | +7 (916) 495.98.08

|  |  |
| --- | --- |
| **Стоимость участия в Конференции\*** | **Впишите даты посещения мероприятия** |
| Посещение трех дней | **60.000 руб.** | 23-25 октября |
| Посещение двух дней | 45.000 руб. |  |
| Посещение одного дня | 30.000 руб. |  |

\* **При оплате до 1 сентября 2019 г. предоставляется скидка 25%** от полной стоимости участия.

\*\* При постоплате стоимость участия увеличивается на 10%.

|  |
| --- |
| **Делегаты** |
| **ФИО** | **Должность** | **Телефон** | **E-mail** | **Сумма/дата оплаты** |
| **1** |  |  |  |  |  |
| **2** |  |  |  |  |  |
| **3** |  |  |  |  |  |
| **4** |  |  |  |  |  |

|  |
| --- |
| **Информация о компании** |
| **Название** |  |
| **Реквизиты** |  |
| **Контактное лицо** |
| **ФИО** |  |
| **Должность** |  |
| **Телефон / E-mail** |  |

**ФОРМАТЫ ДЕЛЕГАТСКОГО УЧАСТИЯ**

|  |
| --- |
| **Размещение информации об участии в ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКАХ (Сборник материалов Конференции, Интернет-ресурс мероприятия, Социальные сети)** |
| **В качестве делегата**(ФИО, должность, компания) | **В качестве делегата - привлеченного эксперта**(фото+био\*,ФИО, должность, компания) | **Не размещать** (вписать НЕТ или выделить ячейку) |
| Да/ Нет (нужное подчеркнуть) | Да/ Нет (нужное подчеркнуть) |  |

\*Фото и биографию необходимо предоставить в срок **до 10 октября 2019 г**.

* Фото в высоком разрешении формата JPG, JP2, RAW, TIFF, PSD, BMP, PNG
* Текст биографии до 1000 знаков.

|  |
| --- |
| **Размещение персональных КОНТАКТОВ в Сборнике материалов Конференции** |
| **Email** | **Телефон**  | **Делиться ТОЛЬКО по запросу в Оргкомитет IMC по согласованию с Вами** (вписать ДА или выделить я чейку) |
| Да/ Нет (нужное подчеркнуть) | Да/ Нет (нужное подчеркнуть) |  |

\* **На второго и последующих делегатов предоставляется скидка 25%** от полной стоимости участия.

|  |
| --- |
| **Пресс-подход во время мероприятия (интервью) с последующим размещением в открытых источниках (Интернет-ресурс мероприятия, Социальные сети)\*** |
| **Вопросы, подготовленные Оргкомитетом IMC** | **Вопросы, подготовленные Вами\*** | **Без интервью** (вписать НЕТ или выделить ячейку) |
| Да/ Нет (нужное подчеркнуть) | Да/ Нет (нужное подчеркнуть) Можно здесь же привести перечень вопросов |  |

\*Примерный список вопросов необходимо предоставить в срок **до 20 октября 2019 г**.

|  |
| --- |
| **Участие в полемике к выступлениям спикеров и в Дебатах в рамках Открытого микрофона\*** |
| **По темам выступлений спикеров** | **По темам Дебатов** | **НЕ участвую** (вписать НЕТ или выделить ячейку) |
| Да/ Нет (нужное подчеркнуть) | Да/ Нет (нужное подчеркнуть) |  |

\* Участие в Конференции в качестве делегата - привлеченного эксперта по избранной теме. Возможность выступить с комментарием/вступить в открытый диалог с другими участниками Конференции

* Напишите тему выступления/круглого стола и примерный ряд Ваших вопросов (тезисно)
* Оппозиционное мнение по выступлению других спикеров и экспертов приветствуется😊

|  |
| --- |
| **Вопросы/альтернативные мнения/доп.комментарии к Дебатам в рамках Открытого микрофона** |
| **Дебаты** | **Вопросы** |
| Как оценить и повысить эффективность PR. |  |
| Подводные камни во взаимодействии со СМИ. Подготовка сотрудников и руководителей к интервью. |  |
| PR: Online vs Offline. Поиск баланса. |  |
| Борьба с черным PR. |  |
| Методы выстраивания доверия к бренду. |  |

\* Участие в Конференции в качестве делегата - привлеченного эксперта по избранной теме. Возможность выступить с комментарием/вступить в открытый диалог с другими участниками Конференции

* Напишите тему выступления/круглого стола и примерный ряд Ваших вопросов (тезисно)
* Оппозиционное мнение по выступлению других спикеров и экспертов приветствуется😊

|  |
| --- |
| **Вопросы по темам выступлений спикеров** |
| **Выступления** | **Вопросы** |
| Key Notes. Тенденции, определяющие коммуникации бренда. Новые технологические вызовы в PR. Управление репутацией онлайн. |  |
| Трансформация PR-функций в эпоху принятия решений на основе данных. |  |
| Цифровизация в деятельности PR-отдела. Автоматизация PR. |  |
| Сбор и анализ данных для повышения эффективности PR. |  |
| Разработка эффективной PR стратегии. |  |
| Как превратить репутационный риск в успешный PR-кейс. |  |
| Как не проиграть в информационной войне. |  |
| Как измерить вовлеченность ваших клиентов с помощью Facebook Analytics. Содержательное взаимодействие с аудиторией. Как определить, почему контент не работает с помощью аналитики, и какие корректировки необходимы. |  |
| Защита бренда в социальных сетях. Что нужно делать и как поступать не стоит. |  |
| Тренды в развитии корпоративных аккаунтов крупных промышленных компаний. |  |
| Персонализация контента для повышения лояльности. |  |
| Сотрудничество с блогерами. |  |
| Нестандартное мышление в PR. Шаг между успехом и провалом. |  |
| Оценка эффективности работы SMM специалиста. |  |
| Как репутация бренда влияет на действия потребителей. |  |
| PR как многостороннее управление взаимоотношениями в эпоху цифровизации. Сбор и анализ данных для повышения эффективности PR. |  |
| Продвижение связанных брендов. |  |
| Репутация бренда. Ребрендинг как очистка репутации. |  |
| Чему могут научиться профессионалы в области коммуникаций у ведущих мировых брендов. |  |
| Спонсорство как элемент PR. |  |
| Оптимизация бюджета на PR. |  |
| Сопоставление кризиса бренда с последующими финансовыми показателями и рыночной стоимостью. |  |