

В курсе приняли участие: 64 слушателя из 19 городов

СПЕЦИАЛЬНЫЙ СЕМИНАР
ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»:

**«DIGITAL-ПУЛЬС: НОВЫЕ ПЛОЩАДКИ И НОВЫЙ
ЯЗЫК ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»**

8 декабря 2022 года.

Организаторы: Российская академия общественных связей (РАОС) и Ассоциация преподавателей по связям с общественностью (АПСО) при поддержке Ассоциации консультантов по общественным связям (АКОС) и Ассоциации Развития Digital Агентств (ARDA)

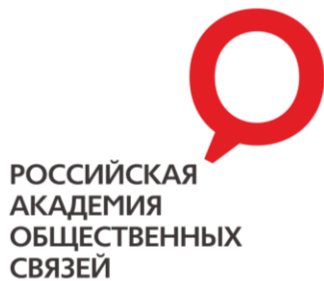
Виталий Расницын, президент РАОС,
Людмила Минаева, почетный президент АПСО, заведующая
кафедрой международных коммуникаций МГУ имени М.В.Ломоносова

ОТКРЫТИЕ СЕМИНАРА

Михаил Умаров, генеральный директор коммуникационного
агентства Comunica

ЖИЗНЬ ПОСЛЕ ДИДЖИТАЛ. НОВЫЕ КОММУНИКАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ И
ИНСТРУМЕНТЫ

Айта Лузгина, партнер, проектный директор digital-агентства
«Интеррум»



НОВЫЕ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ.

- блокировка популярных социальных сетей — угроза или возможности для бизнеса?
- доступные digital-площадки и механика их работы;
- перспективы развития российских социальных сетей. Что нас ждет в ближайшем будущем?

Лилия Глазова, генеральный директор исследовательской компании PR News, председатель АКОС.

SML VS СОЦИОЛОГИЯ: ГДЕ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА МОЖЕТ ЗАМЕНИТЬ КЛАССИЧЕСКИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ?

- Официальные аккаунты ведомств: уровень открытости, аудитории и контент-стратегии;
- Оценка восприятие ребрендинга у разных ЦА;
- Семантический анализ UGC как отражение CJM на примере кейса.

Сергей Стукалов, директор Практики «Digital-коммуникаций» группы компаний «Михайлов и партнеры»

КАК ИЗМЕНИЛИСЬ СТРАТЕГИИ БРЕНДОВ В СОЦСЕТЯХ В 2022 ГОДУ

- Две «новые реальности» за год;
- Подход к стратегическому планированию продвижения в соцмедиа;
- Прогноз на 2023 год.

Антон Удодов, креативный директор агентства KURAGA,

ТРЕНДЫ В МАРКЕТИНГЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. КАК ПРИВЛЕЧЬ СВОЮ АУДИТОРИЮ

- С чего начинается работа с социальными сетями. Что важнее тренды или классический маркетинг?
- Что изменилось в 2022 году, к чему никто не был готов. Какие возможности открылись для бизнеса.
- Не все тренды одинаково хороши. Как правильно и органично интегрировать тренды в коммуникационную стратегию.
- Как научиться делать не как все, а как надо в конкретном существующем бизнесе.
- Как правильно оценить результат всей работы.

Даниил Симонов, CEO performance-агентства Taktika Digital

АКТУАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ: ЧТО СЕЙЧАС РАБОТАЕТ И КАК ИЗБАВИТЬСЯ ОТ НЕЦЕЛЕВЫХ ЛИДОВ

- Что нам осталось из платных масштабируемых каналов?
- Особенности поведения аудитории;
- Триггеры-крючки;
- Как выстроить РК так, чтобы на старте отсеять неквал;
- Сегментация аудитории: когда нужна, а когда нет;
- Воронка продаж и лиды в ней.