

Медиабизнес

04 декабря 2019

09:30 - 10:00

Регистрация участников. Приветственный кофе

10:00 - 11:30

Пленарная сессия 1. Закон о фейковых новостях и неуважении к власти: «ящик Пандоры» или жизненная необходимость для СМИ?

Модератор

Ксения Болецкая, редактор отдела медиа, «Ведомости»

Вдумчивые граждане давно не верят всему, о чем пишут в Интернете. Связано это с огромным количеством непроверенной информации. Возможно, вскоре ситуация изменится в лучшую сторону. 18 марта 2019 года Президент подписал закон, который позволяет проводить блокировку лживой информации, а ее распространителей привлекать к ответственности. Отзывы о законе самые разнообразные: многие СМИ жалуются, что новая инициатива государства угрожает их работе, а некоторые говорят даже о нарушении свободы слова и прав граждан.

Какие риски может повлечь неопределенная трактовка понятий законодательства? Какие уроки нужно извлечь всем заинтересованным сторонам из уже существующей правоприменительной практики?

Ключевые темы

- Критерии опасного фейка: есть ли поле для злоупотреблений?
- Правоприменительная практика: кто в «дамках»?
- Международный опыт борьбы с фейками: на кого равняется Россия?

11:30 - 11:50

Кофе-брейк

11:50 - 12:15

The Speaker's Speech. Наедине с медиаменеджером

12:15 - 13:45

Дискуссионная сессия 2. «Игра Престолов»: все о продвижении развлекательного онлайн контента

Модератор

Ксения Болецкая, редактор отдела медиа, «Ведомости»

«Игра престолов» - одно из самых успешных шоу в мире. Высокие рейтинги, миллионы зрителей по всему миру – HBO проделали фантастическую работу по интеграции зрителей в свою маркетинговую компанию. Они создали инфраструктуру собственных digital площадок, активно использовали соцсети, интегрировали сюжет и персонажи в шутки, мемы и множество других материалов.

Какие уроки можно извлечь из стратегии digital marketing шоу «Игра Престолов»? С помощью каких инструментов можно заинтересовать и добиться внимания аудитории сегодня? Какие маркетинговые технологии работают в условиях перенасыщения рынка развлекательным контентом?

Ключевые темы

- YouTube-шоу – «телевизор на коленке»: какие форматы и почему популярны у аудитории?
- Жизнь на экране телефона: screenlife как новый формат кино.
- Особенности национального OTT: сколько можно заработать на российском аналоге Netflix?

Спикеры

Андрей Громковский, вице-президент, UFC по России, глава UFC Россия

Михаил Зыгарь, писатель, журналист, режиссер

Юлия Миндубаева, генеральный директор, видеосервис Start

13:45 - 14:45

Обед

14:45 - 15:15

The Speaker's Speech. Наедине с медиаменеджером

15:15 - 16:45

Дискуссионная сессия 3. О рекламе, непохожей на рекламу: как медиа помогают рекламодателям в создании нативного контента

Нативная реклама затрагивает все аспекты существующего медиапространства. Она объединяет разные продукты и позволяет создать гибридные модели, которые сложно отнести к одной категории. Она постоянно развивается, ее сложно точно классифицировать, как и вообще цифровую индустрию в целом. Рынок все время растет, появляются новые категории и подкатегории рекламы. 2018 год отметился активным развитием нативной рекламы. Какие актуальные тренды мы видим в 2019 году?

Ключевые темы

- Какие наиболее успешные компании удалось реализовать на российском рынке в текущем году?
- Каких трендов ожидают эксперты в ближайшие два года?

Спикеры

Анатолий Рожков, директор по медийным проектам, Mail.ru Group
Дмитрий Харитонов, программный директор STUDIO 21,
«Европейская медиагруппа»