

Научно-практический семинар  
«Формирование политики открытости, социальной ответственности,  
измерение и управление репутацией»

**ПЕРВЫЙ ДЕНЬ — 16 февраля 2023 (четверг).**

**9.30 — 10.00 — Регистрация. Кофе-брейк**

**10.00** — Общее пленарное заседание участников семинара, участников российской конференции «Реклама. Власть и бизнес» и участников заседания XXIII Координационного совета по рекламе (КСР) при Межгосударственном совете по антимонопольной политике стран СНГ (МСАП)

**Тема:** «Реклама и маркетинговые коммуникации: государственное регулирование, саморегулирование и общественный контроль».

**12.00 — 12.15 — кофе-брейк**

**12.15 — 13.15** — Пленарное заседание Научно-практического семинара «Формирование политики открытости, социальной ответственности, измерение и управление репутацией»

**Модератор:**

**Писарский Игорь Владимирович**, председатель Совета директоров Коммуникационного агентства "Р.И.М.", председатель попечительского совета Национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный лучник», гостевой профессор СПбГУП, Академик Российской Академии рекламы и Российской Академии общественных связей, лауреат профессиональных премий. Автор книги: «Коммуникации на раз-два-три»

**Темы:**

## **Что такое репутация? Насколько репутация необходима организации, бренду, личности?**

Существующие представления о понятии РЕПУТАЦИЯ. Важность репутации для бизнеса, для органов власти и государственных учреждений, для общественных и некоммерческих организаций

### **Этическая репутация и корпоративная социальная ответственность (КСО).**

#### **Открытость и репутация. Репутационные риски.**

Ключевыми элементами, лежащими в основе прочной корпоративной репутации, является привлекательность компании для долгосрочных вкладов (если компания публичная), качество менеджмента и финансовая стабильность. Этичность и ценности, корпоративная культура и образование персонала.

### **Спикеры:**

#### **Максим Сторчевой**

Директор Ассоциации этики бизнеса и КСО (Russian Business Ethics Network).

Член правления СРО АМИ РС, заместитель председателя по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов и общественных организаций СРО АМИ РС, Кандидат экономических наук, доцент НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге.

Член European Business Ethics Network (EBEN) с 2009 г.

Член Society for Business Ethics с 2012 г.

<https://rben.ru/storchevoy>

## **13.15 — 14.00 — Обед**

## **14.00 — 15.00**

### **Тема:**

#### **Измерение репутации**

Представлены различные традиционные и современные механизмы измерения репутации: от различных традиционных системах мониторинга общественного мнения до новых способов измерения репутации бренда и репутации публичных личностей, руководителей компании.

### **Спикеры:**

#### **Василий Черный**

Руководитель компании “Brand Analytics”

Система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ

<https://br-analytics.ru/>

#### **Борис Григорьев**

Генеральный директор агентства GenerationBrand&Communications, Вице-президент, сопредседатель комитета по саморегулированию АКАР, председатель комитета мониторинга и контроля СРО АМИ РС <https://vk.com/borisgrigoriev>  
<https://t.me/pravdaserm>

## **15.00 — 15.10 — кофе-брейк**

## **15.10 — 16.00**

### **Темы:**

#### **Управление репутацией и репутационный маркетинг**

Репутационным маркетингом называют совокупность маркетинговых инструментов по управлению репутацией и имиджем бренда в сети Интернет. В него входит отслеживание информации в сети Интернет, а также комплекс действий по созданию, поддержанию и исправлению репутации компании. Негативная репутация может обнулить положительный результат от SEO-продвижения. Если потенциальный клиент видит у компании негативные отзывы, то, даже если сайт в первых позициях поисковой выдачи, велика вероятность, что он предпочтет конкурентов вам.

Спикеры:

#### **Айта Лузгина**

Автор курса для ВУЗа по репутации в сети. Проектный директор в агентстве Интериум <http://interium.pro/>

#### **Юлия Бюрг**

Эксперт-практик в области управления репутацией и руководитель агентства Media Research Family. Помогает создавать и восстанавливать онлайн-репутацию персон, компаний и брендов. Член Гильдии маркетологов России, член Российской ассоциации фармацевтического маркетинга, автор книги «Формула онлайн-репутации»..

[www.serm-orm.ru](http://www.serm-orm.ru)

## **16.00 — 17.00 — Скрытые (неосознаваемые) методы информационного воздействия при формировании репутации.**

Технологии формирования личных и корпоративных мифов, партизанский маркетинг, нейромаркетинг и нейро-лингвистическое программирование позволяют добиваться целей с минимальными вложениями в продвижение. В данной сессии акцент будет сделан на скрытых воздействиях, используемых при формировании репутации, а также на методах их распознавания и нейтрализации в случаях репутационных войн.

#### **Павел Коротин**

Политтехнолог, автор методик по созданию личных и корпоративных мифов.  
Президент Ассоциации практиков партизанского маркетинга

<https://partizanmarket.ru/>

<https://kcdg.ru/>

## **17.00 — 18.30**

### **Круглый стол Высшей школы экономики**

Данные исследования по саморегулированию этики на рынке.

Индекс добросовестности компаний на базе опроса заинтересованных сторон

Данный индекс предполагает выборочный опрос стейхолдеров компании

(потребителей, работников, поставщиков, контрагентов) по специально разработанной анкете, позволяющей рассчитать количественный индекс

добросовестности компании. Основной партнер проекта — АНО «Центр этики бизнеса» (Санкт-Петербург), которое разрабатывает онлайн-платформу для

проведения исследований и расчета индекса. Платформа предполагает

возможность проведения анонимной самооценки компаниями, при которой они

смогут сопоставить свои показатели со средними по отрасли и предпринять

необходимые меры в случае обнаружения проблем.

Индекс добросовестности компаний на базе анализа открытых источников

Данный индекс не требует проведения опросов и использует уже имеющуюся

открытую информацию: веб-сайты компаний, их социальную отчетность, а также

сайты СМИ и социальных сетей. Индекс построен на машинном анализе

естественного языка и позволяет рассчитать количественную оценку деловой

репутации компании по заданным критериям. Партнер проекта — Международная

лаборатория экономики нематериальных активов НИУ ВШЭ.

## **19.00 — Экскурсия по вечерней Казани**

## **ВТОРОЙ ДЕНЬ — 17 февраля 2023 г. (пятница).**

**ПРАКТИЧЕСКИЕ СЕМИНАРЫ И ЗАНЯТИЯ СО СПЕЦИАЛИСТАМИ**

### **09.30 — 10.00 — регистрация, кофе-брейк**

### **10.00 — 11.00 — Мастер-класс Бориса Григорьева**

Прогнозирование и планирование репутации

Типология подходов к определению и изучению репутации, разработка

репутационных целей, определение временных горизонтов, выявление и

концентрация ресурсов

### **Управление репутацией в поисковых системах**

Мониторинг репутации и репутации конкурентов, SMM. Репутационный PR, Управление репутацией в поисковых системах — SERM. Работа с отзывами в интернете. Вытеснение негатива из поискового ТОПа, продвижение в ТОП положительных ресурсов

**11.00 — 12.00 — Мастер-класс Айты Лузгиной**  
**Репутация в интернете: работа с негативом**

**12.00 — 13.00 — Мастер-класс Павла Коротина**  
**Скрытые (неосознаваемые) методы информационного воздействия при формировании репутации.**

Технологии формирования личных и корпоративных мифов, партизанский маркетинг, нейромаркетинг и нейро-лингвистическое программирование позволяют добиваться целей с минимальными вложениями в продвижение. В данной сессии акцент будет сделан на скрытых воздействиях, используемых при формировании репутации, а также на методах их распознавания и нейтрализации в случаях репутационных войн.

Кейсы.

**13.00 — 14.00 — ОБЕД**

**14.00 — 15.00 — Мастер-класс Василия Черного**  
**Система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ.**

Что говорят о вашем бренде и конкурентах в социальных медиа. Что ценят клиенты, а что мешает покупке? Как воспринимают рекламные и PR активности? Есть ли проблемы с продуктом или обслуживанием? Какие новые предложения конкурентов вызывают интерес?

**15.00 — 16.00 — Презентация книги Игоря Писарского**  
**«Коммуникации на раз-два-три» и мастер-класс:**

Бренд и репутация — близнецы и братья?  
Сколько стоит репутация?

**16.00 — 17.00 — Мастер-класс Максима Сторчевого:**  
Этичность и ценности, корпоративная культура и образование персонала.

**19.00 — Ужин**



**ТРЕТИЙ ДЕНЬ — 18 февраля 2023 г. (суббота).**

Поездка в город Иннополис.

Экскурсия по городу Иннополис.

Экскурсия по Университету Иннополис.

Индустриальная встреча участников семинара, участников российской конференции «Реклама. Власть и бизнес» и участников заседания XXIII Координационного совета по рекламе (КСР) при Межгосударственном совете по антимонопольной политике стран СНГ (МСАП) с заместителем премьер-министра Республика Татарстан Романом Шайхудиновым и руководителями компании Яндекс.

**Тема:** «Инновации в рекламе: перспективы и риски. Импортозамещение в области программного обеспечения»