

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
22 мая	10:00	12:00	Зал 1	<b>РАЭК / PR&amp;IT - встреча</b>	Светлана Ерохнович Евгеньевна (Rassvet.digital) (Ведущий)
21 мая	10:00	12:00	Зал 1	<p><b>Как отдать идею в чужие руки: правила продуктового подхода в аутсорсе</b></p> <p>К участию планируем пригласить крупных клиентов с разными позициями относительно привлечения внешних специалистов к разработке продукта.</p> <p>Елена Казьмина — Менеджер по работе с инновациями и приложениями, ГК «Аскона». Компания «Аскона» полностью отдала на аутсорс разработку приложения для «умной спальни».</p> <p>Давид Савельев — Digital Product Manager, «Лента». Компания придерживалась убеждений о том, что вся продуктовая разработка должна находиться исключительно внутри, а затем все же решила расширить продуктовую команду за счет привлечения аутсорс-разработчика.</p> <p>Илья Лункин — Head of mobile, «m2». Проект ВТБ “Метр квадратный” разрабатывала собственная продуктовая команда, усиленная специалистами компании-разработчика по аутстафф-модели.</p>	<p>Сергей Солдатов Олегович (65apps) (Модератор)</p> <p>Иван Егоров Андреевич (65apps) (Докладчик)</p> <p>Айнур Минибаев Ильдарович (Technaxis) (Докладчик)</p> <p>Юрий Орлов Евгеньевич (INGKA Centres) (Докладчик)</p> <p>Алексей Кулаков (JetStyle) (Участник)</p> <p>Алексей Кулаков (JetStyle) (Участник)</p>

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>А также компании, реализующие продуктовый подход на аутсорсе:</p> <p>6Barps (полный цикл продуктовой разработки)  octoberry.ru (стратегический подход к продуктовой разработке)</p>	
21 мая	12:30	14:00	Зал 1	<p><b>Тренды в таргетированной рекламе в 2021</b></p> <p>Начинаем день с утренней разминки!  Тренды в таргетированной рекламе из года в год собирают экспертов-практиков на площадке РИФ+КИБ, чтобы обсудить что было, что есть и что будет.  Мы сделали небольшой перерыв в 2020 году, но только ради триумфального возвращения в 2021!</p>	Руслан Осин Владимирович (Mail.ru Group, myTarget) (Модератор)
22 мая	12:30	14:00	Зал 1	<b>РАЭК / Sharing Economy</b>	Антон Губницын Валерьевич (ТИАР-Центр) (Ведущий)
20 мая	12:30	14:00	Зал 1	<b>Бронь оргкомитета</b>	
21 мая	15:00	16:30	Зал 1	<p><b>Будущее ТВ</b></p> <p>Пути развития телевидения. Adressable TV, модели подписки, варианты измерений.  Ютуб - это новое телевидение? Как изменился контент и кто его потребляет.</p>	Ольга Тимофеева (Газпром Медиа) (Организатор)

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
20 мая	15:00	16:30	Зал 1	<b>Бронь оргкомитета</b>	
21 мая	17:00	19:00	Зал 1	<p><b>СМИ: актуальные тренды вопреки смерти пресс-релиза</b></p> <p>Заявки принимаются на почту pr@raec.ru с названием письма "Для секции на РИФ+КИБ СМИ".</p> <p>Мы планируем обсудить тренды в медиа и главные проблемы отрасли.</p>	<p>Екатерина Демкина Николаевна (РАЭК) (Модератор)</p> <p>Ксения Новосельцева (Ложкина) Алексеевна (РАЭК) (Участник)</p>
20 мая	17:00	19:00	Зал 1	<p><b>ИИ-трансформация</b></p> <p>Искусственный интеллект для большинства жителей России чаще всего представлен в виде голосовых помощников, чат-ботов и вымышленных историй из фильмов. Как дела в реальности? Что сейчас происходит и какие тренды на ближайшее будущее?</p> <p>На секции обсудим достижения AI в России за последние два года. Планируем затронуть тему "сильного ИИ" (и когда он сможет быть).</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
22 мая	10:00	12:00	Зал 2	<p><b>Диджитал-кластер: Развитие digital-агентства: продажи, маркетинг, клиенты и кадры</b></p> <p>На секции мы поговорим, как развивать агентство, с чего начать, если у вас молодое агентство или прежние каналы перестали приносить заявки. Обсудим, как стать номером #1 в своей нише и получать релевантные заказы. Поговорим, как строить бизнес, как мерить эффективность, как настраивать процессы компании и какую команду нужно иметь, чтобы добиться амбициозных финансовых целей.</p> <p>Обсудим, какая роль у пиара и маркетинга в развитии агентства. Что нужно сделать, чтобы о вас знали ваши клиенты, сотрудники и партнеры. И, конечно, поговорим на круглом столе с представителями главных IT-рейтингов о том, как нужно выстраивать коммуникацию с клиентами, партнерами и рейтингами.</p> <p>Секция будет полезна всем, кто оказывает услуги заказной разработки, дизайна, SEO-продвижения, SMM и брендинга.</p>	Кристина Ляпцева (AGIMA) (Ведущий)

21 мая Дата	10:00 Начало	12:00 Конец	Зал 2 Зал	Название	Владислав Крайнов (MediaSoft.team) Докладчики (Ведущий)
				<p><b>Аутстафинг без цензуры. О чем боялись говорить вслух, но очень хотели</b></p> <p>Аутстафингом никого не удивить, практически каждый участник диджитал рынка либо уже давно этим занимается, либо хоть раз пробовал продавать людей в аренду. Несмотря на то, что эта тема обсуждается постоянно, все еще есть вопросы, которые все старались тактично обойти стороной. Мы вскроем эти темы и с помощью экспертов из топовых компаний покажем как решать пикантные проблемы аутстафинга или как они относятся к неудобным повседневным моментам. Никаких клиентов и красивых продающих речей, только суровая правда законной продажи людей.</p> <p>Затронем следующие темы:</p> <p>Жесткий хантинг в условии легкого доступа к разработчику. Норма или запрет.</p> <p>Многократная перепродажа человека через посредников, как к этому относится клиент, посредники и сам разработчик.</p> <p>Теневые разработчики, когда собеседования проходит один, а работает другой</p>	<p>Андрей Рыжкин Яковлевич (AGIMA) (Участник)</p> <p>Олег Громов Валерьевич (Extyl) (Участник)</p> <p>Инга Морозова Александровна (Globus) (Участник)</p> <p>Евгений Пятопал (DUNICE LLC) (Участник)</p>

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				Ценообразование среди конкурентов, почему многие скрывают свои цены от публичного доступа Увод клиента или оптимизация "пищевой цепочки", каждый участник цепочки считает по своему	
20 мая	12:00	12:30	Зал 2	<b>Перерыв</b>	
20 мая	12:30	14:00	Зал 2	<p><b>Информационная безопасность</b></p> <p>Актуально ли обсуждать кибербезопасность общими терминами в 2021 году? Ужесточение правовых мер наказания зачастую звучит как вызов для фишингеров.</p> <p>Резкий рост перехода на удаленную работу дал возможность понять уязвимость поодиночке, соответственно, необходимы решения, способные защитить не только командный дух, но и целостность данных.</p> <p>Тренды, решения, что уже успели решить в 2021 и к чему готовиться в 2022 расскажут эксперты и компании, которые неотступно стоят на страже проблем пользователей.</p> <p>В секции рассмотрим следующие вопросы:</p> <p>Как 2020 г. сказался на российском рынке</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>информационной безопасности?  Какие появились новые кибератаки?  Какие тренды будут определять развитие информационной безопасности в ближайшее время?  Есть ли новые решения?</p> <p>К обсуждению приглашены эксперты и компании, которые на практике решают проблемы пользователей.</p>	
21 мая	12:30	14:00	Зал 2	<p><b>Социальная инженерия. Риски бизнеса, банков и их клиентов</b></p> <p>Социальной инженерией называют действия злоумышленника по введению жертвы в заблуждение путем обмана или злоупотребления доверием с целью совершения ею нужных ему действий. В сфере финансовой информационной безопасности этими действиями являются переход по ссылке, скачивание и установка программ, предоставление конфиденциальной информации (учетных данных, PIN-кодов, паролей из СМС, данных банковских карт и т.п.), совершения платежа и другие действия, ведущие к хищению средств.</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>В бизнесе доверие является ценностью высокого порядка, одним из ключевых нематериальных активов. Доверие - элемент лояльности и цель формирования репутации, однако склонность и предрасположенность граждан доверять наряду с добросовестными игроками часто используют финансовые мошенники.</p> <p>Поэтому в контексте доверия на финансовом рынке нас интересует природа и механизм формирования доверия - к людям и к организациям.</p> <p>Объем и количество хищений растут, так как злоумышленники «всегда на шаг впереди». Необходимы юридические механизмы по противодействию нелегальному обороту персональных данных, созданию стимулов для банков в повышении качества антифрод-процедур, созданию условий для повышения эффективности деятельности правоохранительных органов, а также расширению аудитории программ киберграмотности, ориентированных на целевые группы клиентов – физических лиц, с акцентом на</p>	



Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>формирование критического мышления.</p> <p>Чем объясняется успешность применения методов социальной инженерии?</p> <p>Где «водораздел» ответственности банков и клиентов? Насколько он справедлив с точки зрения технологических возможностей банков и психологических возможностей клиентов противодействовать хищениям? Как борются с мошенничеством банки и интернет-компании? Достаточно ли применения юридических и технологических механизмов для противодействия операциям без согласия клиентов? Могут ли финансовые организации помогать клиентам формировать навыки критического мышления без потери репутационной составляющей?</p>	
20 мая	15:00	16:30	Зал 2	<p><b>Фейкньюс</b></p> <p>Международные компании ужесточают правила борьбы с фейк ньюс: Facebook и YouTube блокируют и помечают ложную или потенциально ложную информацию о Covid-19. Рунет имеет статус самой безопасной площадки, благодаря активному усилению</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>законодательного регулирования СМИ - только за период пандемии было принято два дополнительных закона.</p> <p>Достаточно ли этих мер для предотвращения информационной смуты? На секции обсудим вопросы:</p> <p>Какие есть способы оперативного вычисления фейк ньюс? Сможет ли создать самообучаемые инструменты ML и ИИ образы достаточной осмысленностью для автоматизации борьбы со сложными новостями? Как достичь понимания контекста машине? Какие критерии фактчекинга необходимы общественности? И нужно ли для СМИ законодательно вводить фактчекинг? Как, наконец, донести до мамы, что не все в интернете - правда?</p> <p>Приглашаем к обсуждению экспертов и практиков отрасли</p>	
21 мая	15:00	16:30	Зал 2	<b>Сессия будущего: технологии и люди</b>	Ярослав Мешалкин Игоревич (ESforce Holding) (Модератор)
20 мая	16:30	17:00	Зал 2	<b>Перерыв</b>	
21 мая	16:30	17:00	Зал 2	<b>Перерыв</b>	

20 мая Дата	17:00 Начало	19:00 Конец	Зал 2 Зал	Название	Докладчики
				<p><b>Дипфейки - новая проблема?</b></p> <p>Deepfake - методика синтеза изображения, основанная на искусственном интеллекте. В большинстве случаев, для создания такого контента используются генеративно-состязательные нейросети (GAN). Прогресс таких технологий необходим для автоматизации и сокращения труда в сферах медиа- и киноиндустрии, помогут закрывать задачи, на которые сегодня необходим целый отдел.</p> <p>Звучит хорошо, да? Почему же технология с позитивным потенциалом, обрела негативный окрас?</p> <p>Теперь все чаще кажется, что любое развитие приведет к неминуемой фальсификации всего инфополя. ИТ-гиганты разрабатывают “анти-дипфейки”, власти обсуждают процесс законодательного регулирования.</p> <p>В секции будем разбираться:</p> <p>Чего мы ждем от развития GAN-технологий?</p> <p>Что может дать технология в позитивном ключе развития?</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>Какие deepfake-продукты уже активно используются во благо упрощения процессов? Существует ли этика в дипфейках? Кто будет нести ответственность: человек или машина, сгенерировавшая продукт?</p> <p>Ваши интересные вопросы можно задать спикерам по запросу на почту prog@rif.ru с пометкой "Вопрос в секцию "Дипфейки - новая проблема?". Мы с радостью обсудим их на секции</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
21 мая	17:00	19:00	Зал 2	<p><b>Продуктовая разработка цифровых продуктов: команда, архитектура и забота о пользователях</b></p> <p>Поговорим о том, как создавать digital-продукты, как сделать их максимально удобными и функциональными для юзеров и сколько это будет стоить бизнесу. Обсудим, с чего начать разработку продукта, как развивать уже готовый проект и с какими трудностями можно столкнуться на каждом этапе. Почему нужно основываться на Data Driven-подходе.</p> <p>Поговорим, про:</p> <p>Технологии, сроки и ресурсы. Продуктовую команду. Роли на проекте. Взаимодействие между ее членами. Функциональности. Деньги. Финансирование проекта. Метрики успешности бизнеса.</p> <p>На секции вас ждут топовые спикеры из крупных компаний таких секторов, как банки, ритейл, сервисы доставки, которые поделятся историей своей компании и расскажут, как они проходили путь становления продукта.</p>	<p>Александр Богданов Игоревич (AGIMA) (Модератор) Борис Голиков Олегович (You drive ) (Докладчик) Юрий Солодовников Владимирович (www.alfabank.ru) (Докладчик)</p>

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
19 мая	19:00	21:00	Зал 2	GR-club заседание	
22 мая	10:00	12:00	Зал 3	РАЭК / FASHION TECH - встреча на РИФ+КИБ	Антон Алфер Викторович (МОДНАЯ СЕТЬ) (Организатор и ведущий)
21 мая	10:00	12:00	Зал 3	HR-бренд компании	Анна Татьянкина (JetStyle) (Участник)
22 мая	12:30	14:00	Зал 3	РАЭК/Pharma&IT	
20 мая	12:30	14:00	Зал 3	<p><b>Инклюзия и доступность</b></p> <p>Инклюзивный дизайн — это метод проектирования цифровых продуктов, который считается с потребностями и возможностями максимального количества самых разных людей.</p> <p>Мы поговорим о том, почему инклюзивность — это одна из основных характеристик качества дизайна в 2021 году, обсудим, как создавать цифровую среду, доступную для всех и почему инклюзия рассматривает не только физические, но и ментальные и социальные аспекты включенности в пользовательский опыт.</p>	<p>Валерия Нюхалова Владимировна (Skillbox) (Модератор)</p> <p>Валерия Курмак Владимировна (AIC) (Участник)</p> <p>Иван Бакаидов (Эксперт по доступность для людей с нарушениями речи и моторики) (Участник)</p> <p>Саша Курленкова (Социолог) (Участник)</p> <p>Лада Талызина (московский благотворительный фонд «Даунсайд Ап») (Участник)</p>

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
21 мая	12:30	14:00	Зал 3	<p><b>Как "зумеры" покупают бренды? Про блогеров и работу с ними</b></p> <p>Поколение Z — или зумеры — подрастает и переходит в статус активных покупателей: 40% покупок в 2020 году совершили именно они.</p> <p>Зумеры уже задают новые модели потребления. Они выросли совершенно в других условиях — интернет, соцсети и технологии вплетены в их повседневную жизнь с ранних лет. В скором времени именно зумеры станут ядром целевой аудитории для многих брендов, и брендам пора перестраиваться и адаптировать свои маркетинговые стратегии под них.</p> <p>Напомним, что к поколению Z (Gen Z или зумеры) относят тех, кто родился с 1995 по 2010 года. Они чаще пробуют новое и доверяют чужому опыту.</p> <p>Почему же Зумеры изменят подход к потреблению? Как брендам привлечь внимание поколения z? Какие негласные правила при покупках соблюдают зумеры?</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
20 мая	15:00	16:30	Зал 3	<p><b>Почему в 70% случаев цифровая трансформация заканчивается провалом? Как управлять и измерять. Рассказывают CDTO</b></p> <p>До сих пор не очень понятно, что это за птица и за что эта должность отвечает.</p> <p>Мы выпустили рейтинги по 3 отраслям - DIY-Retail, Страхование и Медицинские центры. И у победителей (у всех трех - "Все инструменты", "Ингосстрах", "ЕМС") есть в компании такая позиция.</p> <p>Эти топ-менеджеры занимаются именно теми направлениями бизнеса, которые легли в основу нашего рейтинга</p> <p>Мы хотим сделать панельную дискуссию: позвать трех CDTO от 3-х компаний, которые заняли 1 место в нашем рейтинге, и обсудить с ними их работу</p> <p>Обсудить, за что они отвечают, какие у них KPI, какие департаменты в подчинении, обсудить какие-то их кейсы и сложности, которые возникают</p> <p>Фишка в том, что это не какие-то непонятные люди, а профессионалы с именем, занявшие первые места в нашем рейтинге.</p>	<p>Александр Кукса Владимирович (Коммуникационное агентство SALO) (Модератор)</p> <p>Алексей Романов Владимирович (Индекс цифровой зрелости SDI360) (Модератор)</p> <p>Егор Сафрыгин Михайлович (Европейский медицинский центр) (Участник)</p> <p>Алексей Романов Владимирович (Индекс цифровой зрелости SDI360) (Участник)</p>



Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
21 мая	15:00	16:30	Зал 3	<b>Устаревший бренд-активизм и новая бренд-этика?</b>	Валерия Нюхалова Владимировна (Skillbox) (Модератор)
20 мая	17:00	19:00	Зал 3	<p><b>Репутация в сети: как быстро забывается негатив и провальные истории?</b></p> <p>В этом году в Россию пришла «культура отмены». Некоторым инфлюэнсерам пришлось вспомнить об институте репутации и пересмотреть свое творчество.</p> <p>Пока в российских соцсетях термин «канселлинг» использовали только в случае Тодоренко. Но есть и другие примеры, когда из-за недопустимого поведения инфлюэнсеров и общественного возмущения от них отказывались рекламодатели. Например, «Яндекс.Лавка», Mars, «Магнит» и Unilever Russia прекратили сотрудничество с ютьюб-шоу «Comment Out» после оскорбительных шуток о Беларуси и протестах в Хабаровске.</p> <p>Культура отмены заставляет инфлюэнсеров с самого начала карьеры задуматься о своей репутации. Заслужить второй шанс можно, но</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>только если самостоятельно контролировать новый (и старый) контент, быть честным и открытым. Подписчики осознали свою власть и поняли, что теперь считается каждый голос и каждый фолловер. К ним прислушиваются и рекламодатели.</p> <p>Что такое «канселлинг»? Какие противоречия есть у «культуры отмены»? Каким образом можно восстановить репутацию в сети?</p>	
21 мая	17:00	19:00	Зал 3	<p><b>Mobile: Суперприложения и тренды или отдельное приложение для каждого продукта</b></p> <p>Мобильным приложением уже никого не удивить, каждый считает нужным его сделать. Однако пользователь очень разборчив, поэтому приложение будет жить, если по-настоящему помогает быстро и удобно воспользоваться сервисом.</p> <p>Так, 1,5 года назад мы увидели первые приложения, которые содержат в себе множество функций, множество проектов: единое окно всех продуктов конкретного бренда с умной выдачей. Например, такси, доставка, перевод</p>	<p>Иван Антипин Николаевич (AGIMA) (Модератор)</p> <p>Кристина Ляпцева (AGIMA) (Модератор)</p>

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>денег. Это суперприложения. Но при этом мы с вами знаем множество примеров многомиллионных приложений с единственным сервисом.</p> <p>Как будет развиваться мир мобильных приложений, куда движется mobile, из чего состоит, как подходят к разработке продукта в крупных компаниях, мы поговорим на этой секции.</p> <p>Она будет полезна и интересна продукт овнерам, которые хотят сделать приложение, которое будет содержать в себе множество полезных фиц для пользователей, разработчикам, которые хотят пилить сложные, интеграционные проекты и директорам по маркетингу.</p>	
22 мая	10:00	12:00	Зал 4	<p><b>Первое выездное мероприятие кластера SAAS/РАЭК</b></p>	<p>Максим Антоненко Михайлович (ООО Гетреспонз РУС) (Организатор и ведущий)</p>
21 мая	10:00	12:00	Зал 4	<p><b>Data-решения в martech-стратегиях</b></p> <p>В рамках данной секции мы разберем какие есть отличия между данными (3rd party data) ритейла, телекома и ОФД операторами. Расскажем кому данные инструменты подходят в</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>первую очередь и какие задачи решают. Покажем успешные кейсы. Тренды и прогноз на 2021 год от участников рынка с учетом предстоящих законодательных ограничений.</p> <p><b>Зачем эта секция нужна?</b> - потому что данный инструмент достаточно новый, начал свое развитие с конца 2019 года и активно тестировался рекламодателями в течение неоднозначного 2020.</p> <p><b>Что уникального на РИФ+КИБ будет?</b> Представители всех видов 3rd party data соберутся вместе и покажут комплексное видение O2O инструментов и его возможности.</p> <p><b>Чем полезно аудитории?</b> Этот инструмент еще не такой популярный, поэтому будет полезно узнать про него рекламодателям. Также в 2021 планируется выход нескольких законопроектов ограничивающих использование 3rd party data. Поэтому поговорить с участниками о прогнозах развития рынка в различных условиях будет также полезно и интересно.</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
21 мая	12:00	12:30	Зал 4	Перерыв	
22 мая	12:00	12:30	Зал 4	Перерыв	
22 мая	12:30	14:00	Зал 4	<b>РАЭК/СМИ</b>  Здесь обсуждается Пульс и Дзен (Катя согласовала)	Екатерина Демкина Николаевна (РАЭК) (Организатор и ведущий)
20 мая	12:30	14:00	Зал 4	<b>есom тренды</b>  Программы лояльности. Персонализация. Большие данные.	
21 мая	12:30	14:00	Зал 4	<b>Потребитель «Новой эпохи»: Как бренду удовлетворить новый тип Homo Sapiens?</b>  КОВИД перевернул жизнь людей и несмотря на то, что жизнь налаживается, возник новый человек. Человек Постковидной эпохи. Этот человек обрел ряд новых привычек во время пандемии, которые закрепились и адаптировались в новую реальность: онлайн потребление сервисов и услуг, тяга к бесконтактным сервисам, расширение зоны личного пространства и другие. Сильный долгий стресс вызвал необходимость в эскейпизме: максимум развлекательного и отвлекающего онлайн контента, триумф гейминга и онлайн комьюнити.	Ольга Вяткина (Nectarin) (Модератор)

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				<p>Все это породило спрос на качественно новые изменения в стратегиях бренда: новые бизнес решения, новые коммуникационные стратегии и тд.</p> <p>Как же удовлетворить новые потребности человека и выбиться из клаттера уже устаревших стратегий, коммуникаций и сообщений? Об этом и поговорим.</p> <p>Темы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Человек новой эпохи: как изменилась аудитория, ее триггеры и драйверы.</li> <li>- Как бренды меняют свои бизнес модели для потребителя нового поколения? Мировые кейсы и практики</li> <li>- Как бренды изменяют стратегию коммуникации бренда с потребителем нового поколения? Мировые кейсы и практики</li> <li>- Как Нектарин отреагировал на эволюцию своего потребителя. Кейсы и практики агентства</li> </ul> <p>Ольга Мордань, клиентский директор Nectarin, Елена Трунова, директор по контенту Nectarin. Тема: “Новые способы повышения эффективности креативных рекламных кампаний в digital”.</p>	

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
				и клиенты Аскона – Лариса Малышева (руководитель PR-отдела группы компаний «Аскона»), Gallina Blanca - Мария Данилова (Bouillon, Pasta, Sauces Category Manager) Наталья Широкова - директор АНО "Подвиги" (социальный медиапроект "Подвиги обычных людей" - у нас с ними был социальный кейс. планируем с ним тоже выступление)	
21 мая	14:00	15:00	Зал 4	<b>Обед</b>	
20 мая	15:00	16:30	Зал 4	<b>digital-аудио - next step развития интернета</b>  Мы прошли эпоху истаграма! Двигаемся в активно в сторону аудио-сервисов?  Развиваются голосовые помощники, аудио- интерфейсы, аудиоконтент, аудио- реклама и другие продукты. Бизнесу/ маркетингу уже сейчас необходимо сейчас подстраиваться под новые реалии.	Анна Иванова Владимировна (Rambler Group) (Организатор и ведущий)

Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
21 мая	15:00	16:30	Зал 4	<p><b>Управление digital-продуктом. От создания к развитию</b></p> <p>— Определение приоритетов продукта.  — CustDev. Решенческие и проблемные интервью  — JTBD.  — Гибкие методологии.  — Unit-экономика.  Ключевые показатели продуктов.  — Формирование проектной команды.  Роль лидера.  — Скоринг. Управление бэклогом.  — Планирование человеческих ресурсов.</p> <p>Как управлять дизайнерами, программистами и другими творческими людьми в изменчивой digital-среде, не убив друг-друга?</p> <p>Аудитория:  Секция будет полезна как руководителям проектов на стороне агенства, так и руководителям продуктов на стороне клиента, которым приходится по долгу службы либо заказывать диджитал-услуги на аутсорсе, либо управляющим внутренними диджитал-проектами.</p>	Владимир Завертайлов Владимирович (Сибирикс, студия интернет-решений) (Модератор)



Дата	Начало	Конец	Зал	Название	Докладчики
20 мая	17:00	19:00	Зал 4	<p><b>PR digital-агентств: лучшие практики 2020</b></p> <p>Для пиарщиков больших и маленьких. О том, как на самом деле пиарить агентства и переходить на более качественный уровень подачи информации. Успехи и неудачи.</p>	<p>Светлана Ерохнович Евгеньевна (Rassvet.digital) (Ведущий) Александр Норовяткин (Solar Staff) (Ведущий)</p>
21 мая	17:00	19:00	Зал 4	<b>Новая этика</b>	
20 мая	10:00	12:00	Зал 5	<b>Аналитическая панель «Цифры и Тренды 2021 / 2022»</b>	<p>Сергей Плуготаренко Александрович (РАЭК) (Докладчик) Мария Сайкина Викторовна (РАЭК) (Докладчик) Карен Казарян Размикевич (РАЭК) (Докладчик) Сергей Гребенников Владимирович (РОЦИТ) (Докладчик)</p>
20 мая	14:00	15:00	Зал 5	<b>Обед</b>	