План

Введение

1. Экономическая конференция по металлургии и ее особенности

1.1 Необходимость в проведении конференции

1.2 Организация конференции

1.3 Планирование и программа конференции

1. Действия и коммуникации

2.1 Коммуникации

2.2 Реклама конференции

2.3 Смета расходов на конференцию

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Набравший в США силу финансовый кризис с эффектом «домино» пронесся по всему миру затронув, в том числе, и Россию. Сам по себе финансовый кризис является отражением очень глубоких структурных изменений в мировой экономике, связанных с тем, что традиционные направления развития себя исчерпали, и «продолжение» возможно лишь при новом технологическом укладе.

Черты нового, формирующегося «технологического уклада» нашли отражение в стратегии развития отечественной экономики до 2020 г. Это нанотехнологии, биотехнологии и генная инженерия, очередной скачок в сфере информационных технологий и т.п. Новый технологический уклад не велик (пока), поэтому капитал, который высвобождается из устаревающих производств, не может в одночасье быть воспринят новейшими технологиями. А потому возникают финансовые пузыри и спекулятивные турбулентные движения: высвободившийся из устаревших производств капитал «болтается» на финансовом рынке пока новые производства не предъявят спрос на него. Этот процесс, судя по тому, что цены на энергоносители уже пошли вниз, подходит в развитых странах к завершению.

Отметим что, всю тяжесть разворачивающегося экономического кризиса отечественная металлургия почувствовала, наверное, одной из первых среди остальных отраслей. Экспортная ориентация и неустойчивость внутреннего спроса особенно негативно сказались на участниках рынка металлов. Какие же действия предпринимали и планируют предпринять российские металлурги и металлотрейдеры для минимизации потерь в нынешних условиях.

Осторожные высказывания игроков рынка металлопроката о том, что бурный рост отечественной экономики должен когда-нибудь прекратиться, и не просто прекратиться, а смениться стагнацией, звучали уже достаточно давно. Во-первых, за подъемом всегда следует спад – теория среднесрочных экономических циклов и периодических кризисов была разработана еще в XIX в., во-вторых, по признаниям самих участников, рынок в последние годы был довольно сильно перегрет. Причем настолько, что механизмы конкуренции были подавлены. Огромные иностранные инвестиции превращались в высокую заработную плату, не соответствующую уровню квалификации работников, в огромную стоимость недвижимости и реализацию высокорисковых инвестиционных проектов. И тем не менее очень мало компаний оказались готовы к столь резкому изменению конъюнктуры рынка металлов.

Одной из главных проблем рынка металлов на сегодняшний день, безусловно, признана именно проблема спроса. Ведь насколько продукция из стали является, в буквальным смысле, физическим условием эффективного функционирования металлопотребляющего сектора промышленности, и в первую очередь, строительства и машиностроения, настолько их «здоровье» влияет на «самочувствие» металлургии. Резкое сокращение потребления в большинстве рыночных сегментов один из вызовов сегодняшнего дня. К ним также относятся: кризис ликвидности; резкое снижение ценовой эластичности спроса; отсутствие краткосрочной уверенности потребителей и – существенное падение цен практически на всех рынках.

Российским металлургам в условиях мирового финансового кризиса очень важно понимать перспективы отечественной промышленности и стройиндустрии, поскольку период активной экспансии на внешние рынки, судя по всему, завершен.

Для решения выше отмеченных проблем и необходимо проводить встречи, круглые столы, конференции руководителей металлургических предприятий, ученых, представителей власти. Необходимо выработать четкую стратегию развития всего металлургического производства включая и дочерние предприятия.

Выше сказанное показывает, что тема данной работы сегодня актуальна как никогда.

***Цель работы*** состоит в том, чтобы показать, какую важную роль в современных условиях играет организация и проведение экономических конференций.

***Задачи работы:***

1. Рассмотреть основные проблемы экономики страны.
2. Предложить пути выхода из экономического кризиса.

**1. Экономическая конференция по металлургии и ее особенности**

**1.1 Необходимость в проведении конференции**

По данным аналитических агентств, спад в металлургической отрасли серьезный: загрузка станов по производству стальной продукции в РФ никогда не была настолько низкой за все время, прошедшее с середины 1980-х годов. А ведь ожидается и дальнейшее сокращение производства. Резко упали объемы экспорта, от которого серьезно зависят отечественные производители (его доля в общем объеме производства доходит примерно до 50%). Да и внутри страны платежеспособный спрос на продукцию комбинатов сократился в разы. Естественно, это вынудило производителей и поставщиков металлопроката предпринять определенные меры: уменьшить объемы производства, искать пути снижения расходов и т.п.

От экономического кризиса серьезно пострадала и цветная металлургия. Конец лета – осень характеризовались еженедельными потрясениями и падением цен ниже всяких «психологически значимых» уровней. Не вселяют никакого оптимизма и прогнозы: по мнению большинства аналитиков, рынку нужно быть готовым к длительному периоду охлаждения спроса на металлы, что повлечет за собой сокращение производств и снижение цен.

Необходимо отметить, что в большинстве случаев участники рынка придерживаются позиции «не до жиру, быть бы живу», максимально снижая затраты. Причем часто издержки сокращаются не вследствие модернизации и внедрения новых технологий, а просто за счет экономии и т.п. Бывает, что даже встает вопрос о сокращении расходов на ту же модернизацию, поскольку привлечение новых инвестиционных средств сейчас затруднительно. Участники рынка приостанавливают проекты и изучают новые условия осуществления бизнеса. Так, недавно ЦБ РФ поднял ставку рефинансирования до 13%, что означает, что госбанки будут выдавать кредиты под 18 – 20%, а коммерческие банки – свыше 20%. Плюс к этому на 2009 г. правительством запланировано повышение тарифов на газ и электроэнергию на 25 – 30%. Естественно, данные условия не способствуют нормальному развитию.

Следя за резким падением цен, никто из участников рынка не осмеливается говорить о том, когда оно прекратится, на каком уровне, и какие убытки в конце концов понесут производители и поставщики металлопроката.

То, что происходит сегодня, по меткому выражению С. Билана, уже не экономика. По большому счету, чтобы давать какие-либо ясные прогнозы, эксперты сначала должны понять ситуацию на внешних рынках, а также логику действий российского правительства, от которого наш рынок зависит в очень большой степени.

Кроме того, необходимо будет преодолевать кризис доверия в финансовой сфере, поскольку даже сейчас, когда руководство страны осуществляет вливания денег в экономику, до тех, кто реально нуждается в кредитном ресурсе, они не доходят – банки просто не доверяют бизнесу. Хотя всем понятно, что повышению деловой активности, в первую очередь металлоторговцев, способствовала бы более благоприятная ситуация в плане получения кредитных ресурсов, не таких дорогих, как сейчас. Ведь даже если получить сегодня кредит на три месяца, то из-за тех процентов, под которые он выдается, с полученными деньгами практически ничего нельзя сделать.

На сегодняшний день никто не берется прогнозировать глубину и продолжительность кризиса. На прошедшей в октябре в Вашингтоне ежегодной конференции Международного института чугуна и стали впервые в истории этой организации не был озвучен традиционный прогноз рынка стальной продукции – его публикацию перенесли на апрель 2009 г. Вероятно, члены этого элитного клуба мировой сталеиндустрии, переименованного, к слову, в Глобальную ассоциацию стали Worldsteel, рассчитывают, что именно к этому времени станет ясно, перейдет ли нынешняя ситуация в глубокий и затяжной спад мировой экономики или все же начнется ее оздоровление. Ну а пока производителям и экспортерам стали только и остается, что быть оптимистами.

Для нашего города предприятия металлургической промышленности (ОЭМК, ЛГОК, СГОК) являются градообразующими и поэтому региональная конференция «Оценка современной ситуации и перспектив развития металлургической промышленности на внутреннем и внешних рынках в условиях финансового кризиса» – это отличная возможность для:

* получения информации «из первых уст» о решениях и мнениях руководителей, ученых, законодателей, представителей смежных рыночных сегментов;
* оказания непосредственного влияния на процесс развития металлургической промышленности;
* установления партнерских отношений;
* общения с прессой.

**1.2 Организация конференции**

Конференция, семинар или симпозиум представляет собой серьезное деловое мероприятие, и именно поэтому подобные собрания требуют интенсивной работы, совершенной отдачи сил для всех её участников, в особенности для организаторов. Огромная доля ответственности ложится на плечи устроителей конференций, семинаров, съездов, симпозиумов и конгрессов, ибо собрание на высоком уровне, каковыми являются такие мероприятия (конференция – позднелатинское conferentia, от лат. сonfero- собираю) – это основательная, продуманная до мелочей подготовка. Здесь важна любая деталь, необходимо продумать всё.

В зависимости от целей и формата мероприятия необходимо предусмотреть даже местоположение арендуемого помещения. Ведь это обуславливает экологическую чистоту в зоне действия конференции. Также помещение должно свободно принять необходимое количество приглашенных участников. При этом специально оборудованный, технически оснащённый, конференц-зал обеспечивает конференцию необходимой аппаратурой и предназначен именно для проведения данной встречи. Предстоит продумать, насколько необходимы в процессе мероприятия переговорные комнаты, места для выставок, микрофоны и лазерные указки, телевизоры, записывающие устройства, аудио- и видеоаппаратура, в том числе система синхронного перевода на несколько языков. Возможно, понадобится даже несколько конференц-залов с современным оборудованием. Аудитории СТИ МИСиС обладают всеми перечисленными свойствами. Помимо всего прочего нельзя забывать и о бюджете, отведенном на проведение конференции.

Помимо того, конференции предполагают еще и наличие интересной культурной программы, обеды и кофе-брейк в перерывах, меню которых тоже нужно тщательно продумать так, чтобы пришлось по вкусу всем участникам. То есть предстоит создать необходимую для мозговой атаки, применяемой в подобных обстоятельствах, атмосферу комфорта, когда ничто не отвлекает от главного – совместного размышления, приводящего к оптимальному результату. Для участников конференции встречи такого уровня – настоящий праздник, в процессе которого можно поделиться опытом, узнать нечто важное и необходимое в работе, наметить пути продвижения вперед. Специалисты, ведущие разработки в разных направлениях, поделятся своими изысканиями, что приведет к оптимальному решению проблем. Найдены будут методы преодоления преград в определенной отрасли. Встретятся и познакомятся люди, занятые одним делом и потому интересные друг другу. И это станет для них очень важным и незабываемым событием. Но подобного эффекта можно добиться только в том случае, если мероприятие проводится на должном организационно-техническом уровне. Несомненно, на организацию подобного рода мероприятия уходит много сил и времени.

Организация конференций - это не только подбор конференц-зала, но и создание комфортной атмосферы, условий необходимых для максимально эффективной работы участников конференции. Проведение конференции, успешность этого события в целом, сильно зависит от предварительной организации конференции.

# 1.3 Планирование и программа конференции

**Проведение конференции** является эффективным инструментом построения имиджа и репутации. Крупные компании и организации проводят конференции регулярно. Особенно удачно формат конференции подходит для продвижения сложных продуктов и услуг, информацию о которых трудно уместить в короткое рекламное сообщение. Конференции привлекают целевую аудиторию возможностью получить разноплановую информацию по интересующему вопросу и становятся площадками для общения и обмена мнениями между участниками конференции. Безупречная техническая организация конференций очень важна для увеличения количества участников, укрепления статуса конференций, привлечения интересных докладчиков.

Участники конференция: руководители белгородской области и города Старый Оскол, представители предприятий региона, ученые – металловеды, аспиранты, студенты.

Секции конференции:

1. Развитие металлургического комплекса в условиях кризиса.
2. Мировой финансовый кризис: стратегия выживания.
3. Вопросы налогового и правого законодательства.

Статья и заполненная заявка установленного образца должны быть высланы в оргкомитет на русском или английском языках в одном экземпляре до 10 января 2009 г. в электронном виде. Заявка заполняется на сайте конференции. Статья высылается прикрепленным к заявке файлом.

Объем статьи: 4-5 страниц печатного текста с разбивкой на 2-3 параграфа (подтемы) в редакторе WORD, формат RTF, шрифт Times New Roman, размер шрифта 12, межстрочный интервал одинарный, размер полей по 2 см, отступ в начале абзаца 1 см, форматирование по ширине; сноски постраничные; присылать по e-mail только прикрепленным файлом.Структура статьи: фамилия и инициалы автора, название высшего учебного заведения, факультет и курс – в правом верхнем углу первой страницы статьи; названия работы по центру.

## Рабочие языки конференции:

РусскийАнглийский

## Расходы на участие в конференции:

Организационный взнос составляет 700 руб. (3-х разовое питание, культурная программа и сборник статей), который должен быть перечислен по безналичному расчету в соответствие с выставленным счетом и договором. Без подтверждения перечисления организационного взноса статьи печататься не будут. Счет на оплату будет выслан участникам после отбора статей. Каждый участник при регистрации должен иметь при себе подписанный договор и акт сдачи-приемки услуг в 2-х экземплярах и копию платежного поручения.

## К сведению участников:

Среди запланированных мероприятий – пленарное заседание, работа секций, выступления и встречи с видными представителями науки, политики и бизнеса (имена гостей будут объявлены дополнительно), культурная программа. Программа и материалы конференции будут выданы при регистрации участников.

Организатор: Оскольский электрометаллургический комбинат.

Место проведения: г. Старый Оскол, Макаренко, 40.

Дата проведения 22-23 января 2009 г.

Тема: Оценка современной ситуации и перспектива развития металлургической промышленности на внутреннем и внешнем рынках в условиях финансового кризиса.

Программа конференции:

22 января

|  |  |
| --- | --- |
| 09.00 – 10.00 | Регистрация участников конференции |
| 09.00 – 10.00 | Кофе – брейк. |
| 10.00 – 17.00 | Пленарное заседание  Председатель – Савченко Е.С. |
| 10.00 – 10.20 | Приветственное слово. Губернатор Белгородской области Савченко Е.С. |
| 10.20 – 10.40 | Генеральный директор ОЭМК, Угаров А.А., «Оценка текущей ситуации и перспектив развития металлургической промышленности на внутреннем и внешнем рынках» |
| 10.40 – 11.00 | Финансовый директор ОЭМК, Иванов С.Л., «Влияние финансовой нестабильности на работу российской промышленности» |
| 11.00 – 11.15 | Член совета директоров СГОК, Пашков Д.Г., «Рынок металлургии и ферросплавов в период кризиса: проблемы и действия» |
| 11.15 – 11.30 | Директор по сбыту ОЭМК, Горшков Д.Ю., «Предварительные результаты работы ОЭМК на внутреннем рынке. Перспективы рынка на 2009 г.» |
| 11.30 – 11.45 | Баранцев И.В. заместитель генерального директора ЛГОКа по маркетингу и сбыту «Современное состояние и перспективы развития рынка черных металлов» |
| 11.45 – 12.00 | Начальник производственного отдела ЛГОКа Глушкова Н.И.  «Что ожидает черную металлургию – новые потери или новые возможности» |
| 12.00 – 12.15 | Ведущий экономист ОЭМК Бродов. А.А. «Текущая ситуация с модернизацией отечественного меткомплекса» |
| 12.15 – 12.30 | Главный бухгалтер СГОКа Вавилов П.Ю. «Актуальные налоговые и правовые вопросы при проведении антикризисных мероприятий» |
| 12.30 – 13.30 | Перерыв. Обед. |
| 13.30 – 17.00 | Работа по секциям. |
| 17.00 – 18.00 | Ужин. |

23 января

|  |  |
| --- | --- |
| 09.00 – 10.00 | Кофе – брейк. |
| 10.00 – 13.00 | Работа по секциям. |
| 13.00 – 13.40 | Перерыв. Обед. |
| 13.40 – 16.00 | Экскурсия на ОЭМК и ЛГОК. Посещение цехов, структурных подразделений, карьеров. |
| 16.00 – 17.00 | Подведение итогов конференции. |
| 17.00 – 18.00 | Коктейльный прием |

**Конференцию вели:**

• **Семенов Виктор Владимирович**, директор Департамента со связью с общественностью ЛГОКа.

**С сообщениями и докладами выступили:**

# • Генеральный директор ОЭМК, Угаров А.А., «Оценка текущей ситуации и перспектив развития металлургической промышленности на внутреннем и внешнем рынках»

В своем выступлении выделил задачу создания новых рынков сбыта и отметил, что та политика, которую сегодня начали проводить металлургические комбинаты по контролю расходов (сокращение взаимодействия с научными организациями, отказ от контрактов на исследования и пр.) несет дополнительную угрозу пути выработки новой технологической основы для развития. Сегодня, когда в Российской Федерации намечены масштабные инвестиционные проекты, особенно в сфере строительства жилья и развития инфраструктуры, удовлетворение потребностей экономики в качественной стали является приоритетом развития российской сталелитейной промышленности, что, в свою очередь, требует от металлургических компаний крупных капиталовложений. В то же время для сбалансированного развития металлургических и металлопотребляющих отраслей, обеспечения эффективности планируемых инвестиций в производственные мощности необходимо расширять сферы диалога и непосредственного взаимодействия металлургических компаний с металлоторговыми компаниями и конечными потребителями.

• Финансовый директор ОЭМК, Иванов С.Л., «Влияние финансовой нестабильности на работу российской промышленности»

Обрисовал текущую ситуацию в экономике, характеризующуюся, по его мнению, следующими факторами: практически отсутствием границ между валютными, фондовыми и товарными рынками, тем более с развитием IT-технологий; финансовые инструменты, а не издержки производства и эффективность бизнеса играют основную роль в формировании цен на биржевые товары; факторы спроса и предложения утратили существенное влияние на ценовую динамику производимых товаров. Комплекс мер по стабилизации положения российской промышленности в 2009-2011гг. может включать в себя: поддержание спроса на российскую промышленную продукцию со стороны государства, защиту российского рынка промышленной продукции, стабилизацию финансового положения российских компаний, защиту интересов российских компаний в третьих странах, восстановление единого транспортно-экономического пространства страны и др.

• Член совета директоров СГОК, Пашков Д.Г., «Рынок металлургии и ферросплавов в период кризиса: проблемы и действия»

Затронул проблему реализации инвестпроектов, в том числе и в области сырьевого обеспечения российской металлургии, «во многом упирается в привлекаемые кредитные ресурсы». Для обеспечения их рентабельности, особенно в условиях кризиса ликвидности, необходима государственная поддержка в виде частно-государственного партнерства. Но пока «о какой-либо серьезной поддержке отрасли на фоне кризиса говорить не приходится – у власти другие приоритеты». «В качестве своей крупной победы и президент, и премьер-министр РФ представляют выделение помощи в размере $16,5 млрд. для преодоления последствий финансового кризиса, помощи, которая на самом деле является кредитом – и его придется возвращать с процентами. А из каких средств будет возвращаться этот кредит в условиях падающей экономики – пока неизвестно».

• Директор по сбыту ОЭМК, Горшков Д.Ю., «Предварительные результаты работы ОЭМК на внутреннем рынке. Перспективы рынка на 2009 г.»

Высказал мнение, что в России в 2009 г. все обращения и письма в РСПП и другие госструктуры приведут к увеличению влияния власти на металлургию, машиностроение и строительство. Государство должно взять из бюджета деньги и выкупить всю строительную отрасль. «Мы должны сделать акцент на мелкий бизнес, мелкие заказы. Ни одна крупная сеть, будь то сеть производителя или трейдера не в силах узнать максимально точно и подробно спрос в регионе. Следовательно, необходима реальная поддержка бизнеса металлургии».

• Баранцев И.В. заместитель генерального директора ЛГОКа по маркетингу и сбыту «Современное состояние и перспективы развития рынка черных металлов»

Отметил на исторических примерах серьезность проблем в отечественной и мировой экономиках, состояние которых вызывает «перекосы» в ценообразовании. Если сопоставить цены акций за последние несколько лет и цены на металлопрокат, то получается, что фондовый рынок рос в разы быстрее, чем цены на металлопрокат. Как результат: ослабление механизмов конкурентной борьбы. Рынок за счет избытка финансовых средств, за счет слишком «горячих» инвестиционных денег требовал от промышленности столько товара, что вопросы конкуренции, вопросы исключения с рынка низкодоходных и убыточных предприятий за последние годы практически перестали существовать. Регулятором экономики сегодня стало не производство, как это должно быть, а «надстройка» – финансы. На вопрос из зала «рассчитывает ли ЛГОК получить государственную поддержку?», И.В. Баранцев ответил отрицательно, добавив, что необходимая поддержка – это выделение бюджетных средств на большие инфраструктурные проекты, т.е. формирование спроса.

• Начальник производственного отдела ЛГОКа Глушкова Н.И.

«Что ожидает черную металлургию – новые потери или новые возможности»

Отметила, что металлургию мира (и стран СНГ в том числе) ждут сложные месяцы. Поставщикам сырья удастся избежать заметного снижения цен, но вкупе с обострением конкуренции на рынке проката это «гарантирует» низкую рентабельность черной металлургии в мире. Но в 2009 г. именно страны Содружества могут стать лидерами экономического роста, и после сокращения производства в текущем году продемонстрировать рост регионального потребления стали. Этому будет способствовать отложенный спрос (прежде всего, в инфраструктурных проектах, реализация социальных программ – доступное жилье, трудоустройство населения, высвобождаемого с ростом производительности труда в промышленности), а также тот факт, что «виртуальная» мировая экономика будет постепенно превращаться в «реальную».

• Ведущий экономист ОЭМК Бродов. А.А. «Текущая ситуация с модернизацией отечественного меткомплекса»

Заверил, что кризис действительно есть, и он довольно существенно ударил по металлургии: объемы производства упали на 25–30%. Тем не менее, по оценкам ЦНИИчермет им. Бардина, потребление в стране может в ближайшие 2–3 года сохраниться плюс-минус 1–3 млн. т. Роста же производства навряд ли можно ожидать. «Сейчас стоит решать некоторые важные вопросы, в частности, провести реконструкцию производства».

• Главный бухгалтер СГОКа Вавилов П.Ю. «Актуальные налоговые и правовые вопросы при проведении антикризисных мероприятий»

Представил бухгалтерскую справочную система «Главбух».

**В заключение конференции состоялось награждение лауреатов конкурса «Лучшая металлобаза Белгородской области 2008».**

# 2. Действия и коммуникации

# 2.1 Коммуникации

В последнее время растет внимание различных организаций ко многим аспектам работы с общественностью. Это связано, с одной стороны, с обострением конкуренции на российском рынке, и с другой – с продвижением к цивилизованным формам работы.

Связи с общественностью необходимы для успешного и эффективного управления – это утверждение сегодня не станет оспаривать ни один менеджер цивилизованного мира. Во многих странах занятие связями с общественностью является профессией, этому учат в вузах и на курсах. Специалистов, занятых в этой сфере, повсеместно называют специалистами public relations.

Пока представители научных кругов спорят о наилучшем русском эквиваленте этого словосочетания, СМИ вовсю использует определения "PR-мен","PR-специалист" или даже "пиарщик". Деятельность профессионалов в этой области направлена на установление благоприятных отношений между общественными институтами и самим обществом.

Поэтому сегодня большинство даже небольших фирм и организаций, учебных и медицинских заведений стремится или ввести в свой штат новую единицу – ответственного за связи с общественностью или возложить его функции дополнительно на какого-нибудь сотрудника.

Поскольку обеспечение всех структур профессионалами такого плана – дело будущего, каждому человеку, которому приходится взаимодействовать по роду своей деятельности с группами людей, необходимы знания по связям с общественностью. Эти знания могут быть не только непосредственно связаны с основной работой, но и базироваться на ней.

Конференции проводятся, как правило, в целях продвижения своих идей, новой продукции. Конференция практически представляет форму совещания (собрания), посвященного рассмотрению определенной проблемы или темы.

Конференции могут быть *внутренними,* т.е. для трудового коллектива и *внешними -* внешняя аудитория. Главным событием конференции является подготовленные доклады и выступления по теме авторитетных представителей бизнеса, науки, органов власти. Доклады и выступления по 10-20 минут. Регламент определяется качеством синхронного перевода, уровнем интеллекта, сложностью тематики. По материалам конференции, вызвавшим наибольший интерес издаются сборники текстов, тезисов, докладов с рекламным приложением со сведениями об участниках, перспективных направлениях и ведущих фирмах. Необходимо помнить, что конференция - это средство поддержания связей, обсуждения и решения проблем в профессиональных, корпоративных, деловых сообществах и властных государственных структурах. В крупных коммерческих кампаниях конференции дополняются теле- и видеоконференциями, конференциями в Интернете. Пресс-конференция.Может возникнуть необходимость в выяснении спорных вопросов с общественностью и привлечении ее внимания к решению какой-либо проблеме. В этом случае используют пресс-конференцию с приглашением представителей СМИ. Приглашение может быть разослано во все СМИ или избирательно. Для того, чтобы пресс-конференция достигла преследуемых целей, необходимо при ее подготовке и проведении учесть несколько обстоятельств:

1. Время проведения. Лучше всего - в середине недели, потому что понедельник - редакционный день в СМИ и желаемой явки не получится, а пятница - день, предшествующий уик-энду, день культурных программ, и это также отразится на присутствии журналистов. Время дня - от 12.00 до 14.00 часов, т.к. с 15.00 начинается сдача материалов в редакциях, записи, студийное время, а до 11.00 неудобно, т.к. журналисты - «совы».
2. В приглашении-факсе, письменном, электронном сообщении или устном оповещении должна быть непременно указана тематика, что позволит редакциям отправить на пресс-конференцию компетентных в этом вопросе журналистов. Приглашение лучше оформлять как именное и отправлять за 5-7 дней до открытия самой пресс-конференции.
3. Пресс-конференция должна иметь четкий сценарный план проведения, состоящий из 2-х частей – изложения позиции фирмы по проблеме и ответов на вопросы журналистов.

Время на проведение каждой части определяется организатором и зависит от позиции руководства – отвести ли больше времени на раскрытие проблемы или же, наоборот максимальное выделить время на ответы.

4. Вести пресс-конференцию может лицо, ответственное за связи с общественностью или с прессой. Ведущий, обязательно представляет журналистам участников, среди которых желательно присутствие лица, уполномоченного принимать окончательные решения и вопросам пресс-конференции;

5. Целесообразно провести регистрацию участников пресс-конференции со стороны СМИ что позволит анализировать результаты встречи по последующим публикациям. При регистрации очень полезно раздавать материалы, сообщающие факты и разъясняющие проблему, которым посвящена пресс-конференция. Это обеспечит понимание существа вопроса.

6. Бесспорно способствует доброжелательности и активности журналистов организация угощения (прохладительные напитки, кофе, фуршет и т.д.). Угощение следует проводить по окончании конференции, т.к. организаторы при этом получают более близких контактов, доверительных отношений, запуска нужных слухов.

**2.2 Реклама конференции**

Объявления о конференции будут размещены в прессе, на радио и телевидении.

Ежедневные газеты "Новости дня"

м-н Олимпийский, 20 тел.: 33-18-92 факс: 33-03-30

"Старооскольский ежедневник" ул. Ленина, 72

Следует подчеркнуть, что работники СМИ с большей активностью примут участие в конференции, зная, что на ней будут присутствовать известные люди города и области.

Средства массовой информации приглашенные посетить конференцию:

1. "Зори" 24-91-73 Комсомольский, 55.

2. "Оскольские новости" 22-62-04 ул. Ленина, 13.

3. "Оскольский курьер" 24-94-77 Комсомольский, 67.

4. "Старый Оскол" 22-14-85.

5. "Старооскольский ежедневник" 22-12-45 ул. Ленина, 72.

6. "Новости дня" 33-18-92 м-н Олимпийский, 20.

7. Телевидение 9 канал 24-22-22 ул. Ленина, 71а.

8. Фотоуслуги: "Кодак" 32-86-16 м-н Олимпийский, 56.

"Коника" 24-32-90 Интернациональный, 32.

Также для рекламы мы воспользуемся рекламными щитами. Будет 4-е рекламных щита: микрорайон Солнечный, микрорайон Приборостроитель, на развилке маршрутов Рудничный – Студенческий, микрорайон Конева вдоль новой дороги, микрорайон Парковый вдоль дороги.

# 2.3 Смета расходов на конференции

|  |  |
| --- | --- |
| Расходы на питание | 21000 |
| Оплата труда организаторов конференции | 25000 |
| Прочие расходы (канц. Товары и т.д.) | 20000 |
| Начисление на оплату труда | 28820 |
| Услуги связи | 8000 |
| Транспортные услуги | 60000 |
| Арендная плата за пользование имуществом | 5000 |
| Услуги по содержанию имущества | 10000 |
| Прочие услуги | 8180 |
| в том числе: | |
| Наем жилых помещений | 60000 |
| Организация и проведение работ и мероприятий в рамках текущей деятельности | 3000 |
| Другие расходы, связанные с оплатой прочих услуг | |
| Увеличение стоимости основных средств | 10000 |
| Увеличение стоимости нематериальных активов | 5000 |
| Увеличение стоимости материальных запасов | 60000 |
| **Общая сумма финансирование конференции** | **324000** |

# Заключение

Российским металлургам в условиях мирового финансового кризиса очень важно понимать перспективы отечественной промышленности и стройиндустрии, поскольку период активной экспансии на внешние рынки, судя по всему, завершен. Именно внутренний рынок станет основным генератором спроса на продукцию металлургического комплекса – в том случае, если в стране будет проводиться правильная экономическая политика. К этому и следует быть готовыми игрокам российского рынка металлов, а также экономике страны в целом. Ведь именно предприятия черной металлургии считаются одними из крупнейших плательщиков налогов, как в федеральный, так и в региональные бюджеты. С учетом сказанного, по нашему мнению, решение назревших вопросов способствует организации и проведению экономических конференций.

Конференции имеют большой содержательный смысл и играют важную роль. Объясняется это прежде всего тем, что именно здесь открываются огромные возможности для установления основанных на взаимном доверии деловых контактов, открываются новые источники обмена информации и услуг. Слушатели получают новые знания, которые смогут применить на практике; Докладчики в результате профессионального обсуждения их сообщений получают ценную информацию для последующих разработок.

В качестве рекомендаций по проведению конференций можно дать следующие:

* Планирование конференции должно вестись систематически и в письменной форме. Это позволяет отследить процесс ее реализации и оценить достигнутые результаты. Неструктурированная деятельность в области проведения конференции никогда не будет столь эффективна, как планируемая программа.
* Необходимо осуществлять обратную связь. Отсчёт знания аудитории и её отношение к проводимой программе позволяет вовремя корректировать проведение конференции, делая её ещё более эффективной.
* Необходимо уделять большое внимание работе со средствами массовой информации, так как под их воздействием формируется общественное мнение

# Список использованной литературы

1. Китчен Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика. Учебное пособие. М., 2004.
2. Федотова Л.Н. Паблик релейшнз и общественное мнение. Учебное пособие. М., 2003.
3. Шарков Ф.И., Родионов А.А. Реклама и связи с общественностью: коммуникативная и интегративная сущность кампаний. Учебное пособие. М., 2005.
4. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «ПР». М., 2004.
5. Василенко А. Б. Пиар крупных российских корпораций – 2-е изд.- М.: ГУ ВШЭ, 2002. 304 с.
6. Паблисити: жми сюда. / Э. Гартон. – СПб.: Питер, 2003, - 267 с. – ил. (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
7. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. Издание второе, испр. и дополн. М., Центр, 2003 – 320 с.