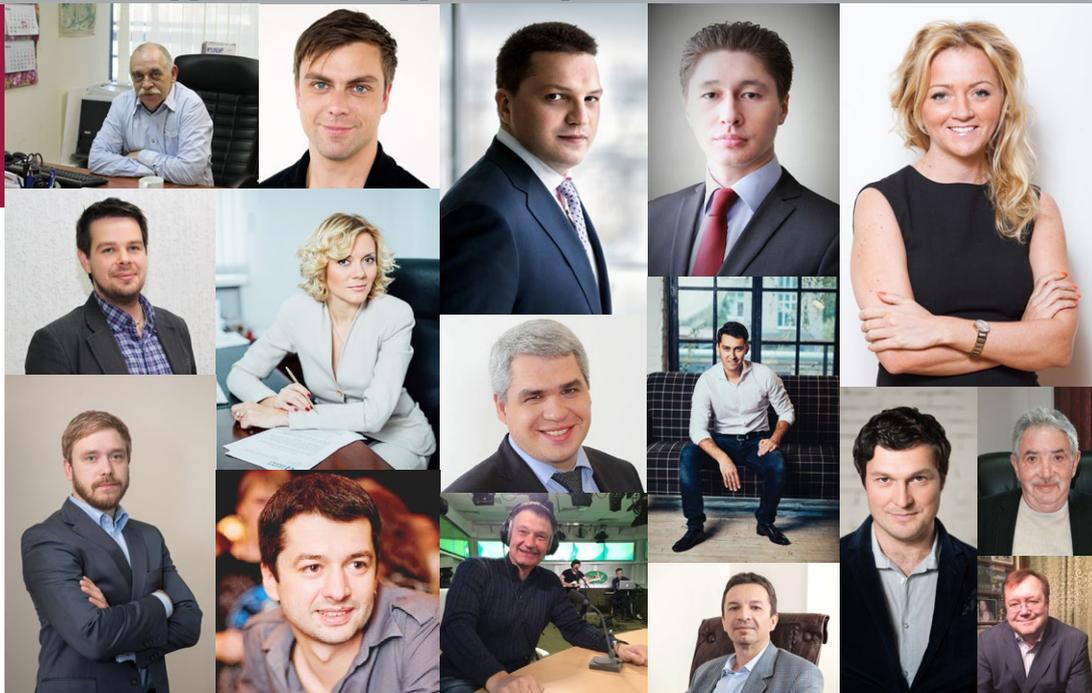




BROADCASTING

ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИОВЕЩАНИЕ



Эфирное ТВ
 Кабельное/спутниковое ТВ
 OTT, IPTV
 Телепроизводство
 Контент
 Радиовещание
 Кино

издание компании
Groteck
 WWW.GROTECK.RU

Журнал

Специальные приложения

www.broadcasting.ru

Контакты



НАМ ДОВЕРЯЮТ



ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Комплексное продвижение Варианты размещения

Журнал "Broadcasting. Телевидение и радиовещание"

←
Рекламный
модуль

→
Рекламная
статья

Потратить мало — получить много.

Компаниям, не располагающим большими финансовыми средствами, мы предлагаем бюджетные варианты размещения: это ¼, ½ или ½ рекламный модуль. Несмотря на умеренную цену, ваш модуль будет стоять в самых читаемых статьях и интервью, содержание которых подходит по виду деятельности вашей компании.

Заявите о себе!

Если ваша компания хочет громко заявить о себе, вы можете не просто разместить модуль на 1 полосу, но и воспользоваться специальными позициями по размещению: реклама на обложке, реклама в содержании, модуль на разворот.

Статьи

Часто компании заинтересованы не столько в имиджевой рекламе, сколько в подробном рассказе о своих услугах. Поэтому рекламная статья — это отдельная услуга, со своими скидками и бонусами. Некому писать? Журналисты издательства помогут вам в этом: запишут интервью с представителем компании или подготовят статью по вашим материалам.



ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Комплексное продвижение

Специальные рубрики

Broadcasting. Телевидение и радиовещание

Реклама + статья:
Новые продукты

Реклама + интервью
с руководителем /
представителем компании:
Действующие лица

Новые продукты — одна из самых востребованных опций и одна из самых популярных рубрик. Это комплексное размещение **реклама+статья**. Рекламный модуль отвечает за имидж компании и узнаваемость торговой марки, статья — за описание продуктов и услуг, рассказы о проектах, успехах, достижениях, планах компании. Стоимость услуги практически идентична размещению рекламы.

Действующие лица — редакционная рубрика. Спикеры — руководители, директора, топ-менеджеры отечественных и зарубежных телевизионных компаний. Беседуем о развитии рынка, его возможностях и перспективах, о современных трендах в развитии отрасли, обсуждаем последние отраслевые новости и, конечно, новости вашей компании. Отличное дополнение к рекламному модулю.



СПЕЦИАЛЬНЫЕ РУБРИКИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Участие в редакционных рубриках

Круглый стол



Круглый стол. Актуальный разговор на острую тему. Редакция задает тему, придумывает ряд вопросов и выбирает спикеров. Рекламодатели имеют возможность выбрать подходящую для себя тему и отвечать на вопросы, без ограничения по объему.

События



События. Актуальные новости рынка и новости от наших рекламодателей и партнеров. По согласованию с редакцией, компании-рекламодатели могут присылать свои новости в эту рубрику

Выставки



Выставки. Каждое крупное мероприятие не остается без внимания нашей редакции. Рекламодатель имеет возможность более подробно рассказать о своем участии в выставке в обзоре журнала.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ РУБРИКИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Телеканалы, операторы

Анонс контента —
рассказ о новых
каналах / проектах /
программах

Новый телесезон —
обзор контента каналов в
преддверии нового телесезона —
премьеры и любимившиеся
зрителям программы



Григорий Лавров
*Директор каналов Discovery Networks
в Северо-Восточной Европе*

“ Нам всегда было очень приятно сотрудничать с журналом Broadcasting. Благодаря профессионализму редакции, мы оперативно доносим важные для всей отрасли новости до широкого круга заинтересованных читателей. Broadcasting также помогает нам быть в курсе событий и следить за изменениями на рынке. Надеюсь, что наше партнерство и далее будет столь же плодотворным! ”



АУДИТОРИЯ ЖУРНАЛА

Журнал адресован профессионалам в области телевидения, радиовещания, и отрасли телекоммуникаций.

Наша аудитория — это специалисты, отвечающие за принятие решений.

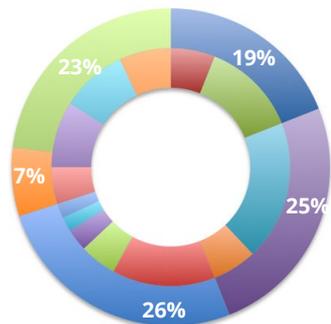
1 ПУБЛИКАЦИЯ =
51 000 печатной версии*
+ 25 000 online
= 76 000 ЧИТАТЕЛЕЙ

Тираж: 15 000
15 000x3,4=51 000

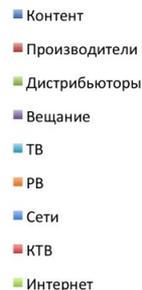
** 3,4 средний коэффициент читаемости одного экземпляра журнала (одним экземпляром в организации пользуются несколько человек от технического специалиста до руководителя).*

25 000 чел. — читатели электронной версии журнала.

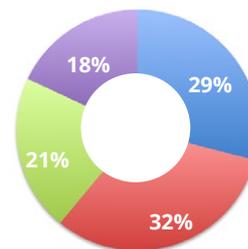
По сфере деятельности



Контент	19%
Производители	6%
Дистрибьюторы	13%
Вещание	25%
ТВ	19%
РВ	6%
Сети	26%
КТВ	14%
Интернет	5%
Сотовые	3%
Спутниковые	2%
Регулирование	7%
Федеральное	2%
Региональное	5%
Оборудование	23%
Системные интеграторы	9%
Производители	9%
Дистрибьюторы	7%

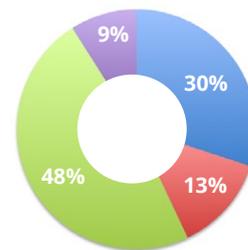


По должностям



Топ-менеджеры	29%
Руководители подразделений	32%
Технические специалисты	21%
Специалисты	18%

По регионам



Москва	30%
Санкт-Петербург	13%
Регионы	48%
СНГ	9%

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Журнал + Сайт

Журнал Broadcasting + Сайт WWW.BROADCASTING.RU

С 2007 года журнал Broadcasting выходит еще и в электронной версии, сделанной в формате Flip Book. Преимущества электронной версии:

1. Полностью дублирует печатную.
2. Выходит на 10 дней раньше печатного издания.
3. Все ссылки в электронной версии интерактивны, то есть ведут сразу на сайт компании.
4. Удобный интерфейс: содержание, закладки, возможность увеличения/уменьшения шрифта, удобно листать.
5. Находится в открытом доступе, ее могут читать все, даже не подписчики журнала.
6. В несколько раз увеличивает аудиторию издания

- **Полная копия журнала в формате Flip-Book**



- **Удобное содержание**
- **Электронная версия на сайте раньше печатной**
- **Интерактивные ссылки: прямо со страниц электронного издания на сайт компании**

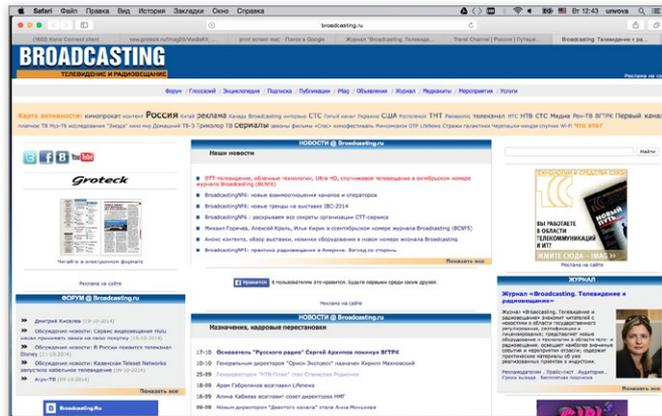


ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Журнал + Сайт

Журнал Broadcasting + Сайт WWW.BROADCASTING.RU

Статьи из журнала в новостной ленте сайта



Статьи из журнала в формате HTML



- После выхода электронной и печатной версии, все статьи из журнала публикуются в новостной ленте сайта.
- Помимо электронной версии (i-Mag), все материалы публикуются на сайте в формате HTML. Любые статьи, интервью, заметки можно найти как по номеру журнала, так и по фамилии автора или рубрике, в которой был размещен материал.
- То есть, фактически, каждый текстовый материал мы публикуем **4 раза**.

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Журнал + Сайт

Журнал Broadcasting + Сайт WWW.BROADCASTING.RU

Еженедельное размещение пресс-релизов рекламодателей в новостной ленте сайта

Расылка новостей рекламодателей подписчикам электронной газеты

The screenshot shows the website interface with a navigation menu on the left, a search bar at the top right, and a main article titled "Конвертеры цифровых форматов DirectOut Technologies". The article text discusses the challenges of digital audio conversion and the company's solutions. Below the article, there are social media sharing options and a "СТАТЬИ" (Articles) section.

The screenshot shows the magazine cover for "BROADCASTING ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИОВЕЩАНИЕ" and a table of contents below it. The table lists various topics such as "АКТУАЛЬНО", "BROADCASTING", "BROADBAND", "КОНТЕНТ", "БИЗНЕС", and "КАДРЫ", each with a corresponding image and a brief description of the content.

Каждый рекламодатель имеет возможность публиковать в новостной ленте сайта Broadcasting.ru новости своей компании.

- Назначения, кадровые перестановки
- Слияния, поглощения, капитализация

Рубрики:

- Контент
- Жизнь отрасли
- Рекламный рынок
- Операторы доступа

Самые популярные новости сайта рассылаются раз в неделю всем подписчикам посредством электронной газеты Broadcasting.ru

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

Журнал + Сайт

Журнал Broadcasting + Сайт WWW.BROADCASTING.RU

**Представляем новую услугу:
размещение видеороликов на
сайте Broadcasting.ru**

- Услуга будет доступна рекламодателям журнала.
- Приглашаем каналы размещать видеоролики нового контента, анонсы программ, обзор нового сезона.
- Приглашаем операторов размещать рекламу собственных услуг, презентации новых каналов, видео с мероприятий.
- Приглашаем производителей и интеграторов оборудования размещать презентации нового оборудования, мастер-классы по работе с вашим продуктом, видео шоу-румов и описание новых проектов.

Презентации 2014-2015

GIRLPOWER на телеканале Guilli



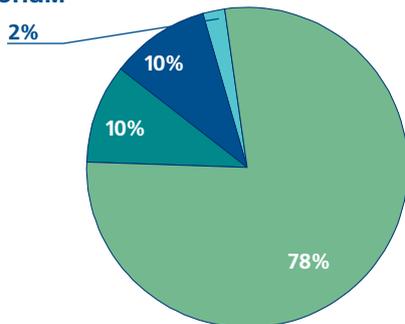
ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛ WWW.BROADCASTING.RU

Ежедневно обновляемые новости позволяют создать цельную картину происходящего в отрасли.

На сайте применяется целый букет сервисов, основанных на самых передовых web-технологиях сегодняшнего дня:

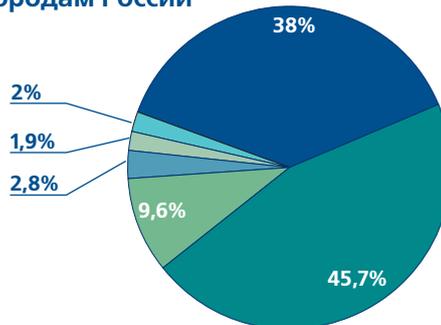
- тагирование контента каждому элементу контента присваиваются ключевые слова, что позволяет, во-первых, облегчить навигацию по сайту, а, во-вторых, выявлять устойчивые связи между компаниями, персонами и технологиями отрасли
- отраслевая wiki-энциклопедия, где любой желающий без участия редакции может добавить информацию.

Статистика просмотров сайта по регионам



Россия	78%
Украина	10%
США	10%
Казахстан	2%
Другие страны	Менее 1%

Статистика просмотров сайта по городам России



Москва	45,7%
Санкт-Петербург	9,6%
Екатеринбург	2,8%
Самара	1,9%
Краснодар	2%
Другие города	38%



Амир Хафизов

Руководитель
Интернет-проектов
hafizov@groteck.ru

■ ■ Broadcasting.Ru является одним из наиболее популярных ресурсов Рунета, посвященный созданию электронных СМИ (телерадиовещанию) в России. Ежемесячно аудитория сайта составляет свыше 97 000 человек (по данным независимой системы статистики Mail.Ru). ■ ■

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

"Радиовещание" и "Телевещание" — специальные приложения к журналу **Broadcasting**. Выходят как отдельная вкладка в журнале к отраслевым мероприятиям.

Цель: познакомить отрасль с максимальным спектром профессионального оборудования, решений и услуг на рынке радиовещания и телевидения



Радиовещание

Задача приложения: всесторонне и своевременно информировать профессиональную аудиторию о новинках рынка радиовещания, об основных тенденциях и о ведущих компаниях, работающих на этом рынке.

Каталог продукции помогает потребителю сориентироваться и сделать правильный выбор поставщика и оборудования. Спецприложение является неизменным помощником при выборе оборудования, технологий и услуг в области радиовещания. Заинтересованные специалисты найдут в нем информацию о новинках оборудования, успешно зарекомендовавших себя на рынке образцах, а также о фирмах-производителях и дистрибьюторах данного оборудования



Телевещание

Аудитория: руководители, технические директора, технические специалисты компаний интеграторов профессионального телевизионного оборудования, представители научно-исследовательских институтов.

В приложении публикуется информация от компаний-производителей и компаний-поставщиков о наиболее значимом оборудовании в сфере цифрового TV, а также статьи и рекомендации по выбору, аналитика рынка, финансовые показатели компаний



Алексей Майоров
*Руководитель
отдела продаж
Стрим Лабс*

Кто-то со мной не согласится, но по сути, все время быть в курсе происходящего в отрасли, просто невозможно. Ведь у телеканалов свои проблемы и сложности, у операторов могут быть смежные, но все равно немного другие, а у разработчиков и производителей оборудования совсем другая история. И так как все мы занятые люди, то профессиональные СМИ, как нельзя лучше, помогают нам не отстать от жизни, я например, читаю журнал *Broadcasting*, а еще чаще посещаю его сайт, там можно найти любую интересующую информацию, да и оставить свое мнение по этому поводу. Удобно, быстро — это самое главное.

РАСЦЕНКИ

Условия размещения рекламы на Broadcasting.Ru

Позиция	Формат	Показов в неделю	Стоимость в неделю
TOP. Все страницы ресурса, первый экран	1000*50	не менее 12 000	10 560 руб.
1. Все страницы ресурса, первый экран	468*60	не менее 12 000	7 920 руб.
2. Все страницы ресурса, первый экран	200*200	не менее 12 000	7 680 руб.
3. Все страницы ресурса, не первый экран	468*60	не менее 12 000	5 640 руб.
4. Все страницы ресурса, не первый экран	200*200	не менее 12 000	5 640,00 руб.

Минимальный объем заказа — 1 неделя.

Действуют объемные скидки, которые применяются к базовому прайс-листу.

Объемные скидки Broadcasting.Ru

Годовой объем по прайс-листу	Объемная скидка
55.000-110.000 р.	10%
110.000-165.000 р.	15%
165.000-220.000 р.	20%
220.000-275.000 р.	25%
От 275.000 р.	35%

Цены указаны в рублях без учета НДС.

Расценки на размещение и допечатную подготовку рекламно-информационных материалов в специальных приложениях

Без специального размещения	
1 полоса МИП	999
1 полоса статьи	999
Специальное размещение	
2-я обложка (вкладка между номерами)	1952
Разворот перед Содержанием	2358
1-я Полоса к Содержанию	1650

Цены на размещение в журнале указаны в «условных единицах» (у.е.)* без учета НДС.

*Курс пересчета у.е. — спрашивайте у менеджера.

Расценки на размещение и допечатную подготовку рекламно-информационных материалов в журнале "Broadcasting. Телевидение и радиовещание"

Без специального размещения	
2 полосы	4622
1 полоса	2876
1/2 полосы	1603
1/4 полосы	942
Специальное размещение	
4-я обложка	3665
3-я обложка	2924
2-я обложка	3150
Наклейка на 1 обложку (3 полосы)	6603
1 полоса к содержанию (2 места)	3367
2 полосы перед содержанием	4999
Рекламно-информационные статьи	
2 полосы	3490
1 полоса	2499
Дополнительная страница свыше 2 полос	1488
Изготовление оригинал-макета рекламы	
2 полосы	272
1 полоса	183
1/2 полосы	158
1/4 полосы	136

Цены указаны в «условных единицах» (у.е.)* без учета НДС.

РУБРИКИ

Журнал охватывает все направления рынка телевидения, радиовещания и телекоммуникаций

Действующие лица

Интервью с ключевыми представителями отрасли.

Оборудование и технологии

Технологии, оборудование, решения, проекты для кабельного, спутникового и эфирного вещания, радиовещание, студийное оборудование, интернет-технологии. Обзоры оборудования и проектов.

Секреты мастерства

В этом разделе операторы, видеоинженеры, осветители и все те, кто остается "за кадром", но именно от чьего профессионализма зависит успех телевизионной программы, будут давать мастер-классы для начинающих специалистов.

Окно в мир

Дайджест иностранной отраслевой прессы, аналитика, обзорные статьи зарубежного рынка контента, телекоммуникаций и оборудования.

Контент

Развлекательные, познавательные, детские, спортивные, музыкальные, информационные каналы. Телевизионный контент, программирование каналов. Анонсы, анализ, обзоры, критика.

Экономика и менеджмент

Финансовый анализ рынка, сравнение показателей, маркетинговые и рекламные "фишки", консалтинг, советы по правильной организации бизнеса.

Экспертное мнение

Независимый взгляд на отрасль непосредственных ее участников.

Дискуссионный клуб

Злободневные, острые, спорные и провокационных материалы.

Круглый стол

Обсуждение актуальных тем ведущими отраслевыми экспертами и руководителями компаний.

Новинки с выставки

Акцент именно на новые продукты, представленных на мероприятиях, - оборудование, решения, контент.



Симаков Сергей

*Заместитель
генерального
директора
Национальной*

*ассоциации телерадио-
вещателей (НАТ).*

В наше насыщенное информацией и различными ее источниками время часто возникает необходимость в наличии авторитетных изданий в профессиональной сфере, чтобы сверяться с этими СМИ, как с компасом в потоке не всегда достоверных и проверенных фактов!

Одним из самых надежных источников в последние годы для меня, как работника телевидения и медиа с почти 30-летним стажем, является журнал "Broadcasting. Телевидение и радиовещание".

Я уже много лет получаю его по подписке. Раньше в виде печатного издания по почте, теперь в очень удобной электронной форме.

Часто я цитирую издание в своих докладах, информационных записках, при выступлениях на медиа-конференциях, делаю перепосты статей экспертов отрасли на своей страничке в Facebook и в группе Работники TV там же, где уже более 4000 профессиональных участников! И каждый раз я уверен в этой информации!

С глубоким уважением к коллективу редакции журнала "Broadcasting. Телевидение и радиовещание" и лично Главному редактору Анне Заварзиной!

СРОКИ ВЫХОДА ИЗДАНИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ "BROADCASTING. ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИОВЕЩАНИЕ" В 2016 Г.

Издание	Сроки приема материалов	Сроки выхода	Выставки, на которых будет распространяться издание	Тематический план
Broadcasting №1.2016	5 февраля 2016	24 февраля 2016	CPS'2016	<ul style="list-style-type: none"> • Новые формы контента • Познавательные каналы: от науки к развлечениям • Оборудование для Ultra HD – что сегодня есть на рынке • Профессиональный свет • Оборудование и технологии для кинопроизводства • Беспроводные ТВ-технологии • Форматы линейного ТВ – что не перебороть OTT • Ценовые войны на рынке телеком-услуг: тупиковый путь развития или единственный инструмент конкурентной борьбы • Рекламный рынок на ТВ – возможен ли рост • Обзор выставки CSTB
Broadcasting №2.2016	11 марта 2016	1 апреля 2016	NAB Show'2016 MIPTV'2016	<ul style="list-style-type: none"> • Песни, танцы, пародии, дельфины: в каком направлении дальше будет развиваться рынок крупноформатных шоу • Студийное оборудование • Технологии создания спецэффектов и 3D графики • Оборудование для DSLR-кинематографистов • «Умный» телевизор в каждый дом. Темпы продаж Smart TV и их влияние на рынок • Мировые тренды и российские реалии OTT-рынка • Защита интеллектуальной собственности на телеком-рынке • Перераспределение рекламных бюджетов
Broadcasting №3.2016 + Специальная вкладка «Радиовещание»	22 апреля 2016	10 мая 2016	Связь-Экспокомм'2016	<ul style="list-style-type: none"> • Современные сериалы: из низкобюджетных шоу до высокохудожественных картин • Съёмочное и звукозаписывающее оборудование • Оборудование для IPTV, HDTV, Мобильного ТВ • Системы спутниковой связи и телевидения • Дополнительные функции «умных» телевизоров • Пиратство как бич рынка платного ТВ и OTT • Конкуренция кабельных операторов – инструменты борьбы • Second screen и multiscreen – возможности заработать • Рекламные возможности платного ТВ • Анонсирование активности компаний на выставке Связь-Экспокомм

СРОКИ ВЫХОДА ИЗДАНИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ "BROADCASTING. ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИОВЕЩАНИЕ" В 2016 Г.

Издание	Сроки приема материалов	Сроки выхода	Выставки, на которых будет распространяться издание	Тематический план
Broadcasting №4/5.2016	5 августа 2016	24 августа 2016	IBC'2016	<ul style="list-style-type: none"> • Спортивное телевидение в России и в мире • Импортозамещение на рынке контента: сколько у нас оригинальных шоу • Техника для обработки и монтажа аудио- и видео продукции • Системы цифрового архивирования • OTT vs линейное телевидение • Рост трафика – как справляться кабельным операторам • Мобильные приложения как один из способов продвижения контента и привлечения аудитории • Бизнес-стратегия телеканалов в период экономического кризиса • Встретимся на IBC
Broadcasting №6.2016	16 сентября 2016	3 октября 2016	MIPCOM'2016	<ul style="list-style-type: none"> • Специфика работы с форматными программами • Премияльный контент в условиях кризиса • Передвижные телевизионные станции • Импортозамещение в телепроизводстве и вещании • OTT, IPTV: где деньги • Перспективы Catch-Up • Региональное телевидение. Обзор • Облачное ТВ • Рынок платного телевидения в России: кризис или новые возможности • Обзор выставки IBC



СРОКИ ВЫХОДА ИЗДАНИЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ "BROADCASTING. ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИОВЕЩАНИЕ" В 2016 Г.

Издание	Сроки приема материалов	Сроки выхода	Выставки, на которых будет распространяться издание	Тематический план
Broadcasting №7.2016+ Специальная вкладка «Телевещание»	27 октября 2016	15 ноября 2016	НАТ-Экспо'2016	<ul style="list-style-type: none"> • Детское телевидение в России и в мире • Оборудование и технологии для съемок, монтажа и трансляции спортивных программ • Комплексы и программное обеспечение для автоматизации телевещания • Интернет-кинотеатры: перспективы остаться на рынке • Перспективы региональных телекомпаний • Анонсирование активности компаний на выставке НАТ-Экспо
Broadcasting №8.2016	12 декабря 2016	29 декабря 2016	CSTB'2017	<ul style="list-style-type: none"> • Ролики для YouTube – новый формат телевидения • Оборудование и системы кабельного телевидения • Оборудование для технического обеспечения проведения медиазмерений • Запись, пауза, отложенный просмотр – какие еще функции нужны абоненту • Перспективы малых операторов • Монетизация кабельной/спутниковой отрасли • Премьеры года. Контент. Техника. • Персоны года • Анонсирование активности на выставке CSTB

Читайте последние новости на twitter.com/#!/broadcasting_ru; facebook.com/BroadcastingRu; vk.com/broadcastingru



Анна Заварзина
Издатель проекта
Broadcasting
zavarzina@groteck.ru

Уважаемые коллеги!

В это непростое с экономической точки зрения время журнал Broadcasting продолжает регулярно выходить в электронном и печатном виде и радовать своих читателей новыми статьями. Несмотря на все прогнозы, мы продолжаем верить, что печатные издания не только не умрут, но и переместятся в ранг элитных средств массовой информации. Так же, как это произошло с театром, книгами и виниловыми пластинками. Публикации в печатных изданиях подчеркивают высокий статус размещающихся в них авторов, экспертов и компаний. Но несмотря на это, мы понимаем, что технологии не стоят на месте, поэтому продолжаем развивать наши электронные носители — интернет-версию журнала и новостной сайт Broadcasting.ru.

В 2015 году мы значительно расширили спектр освещаемых тем: теперь в каждом номере журнала читатель найдет статьи на тему OTT, IPTV, облачных технологий, Ultra HD. Здесь нам помогают наши новые эксперты — Александр Киселевич (Смотрешка), Дмитрий Минеев (NemoTV), Алексей Назаров (NetByNet), Алексей Солонинкин (Harmonic). О тенденциях на рынке контента и о том, как заработать на телепроизводстве, рассказывает продюсер Иван Усачев. С прогнозами развития рынка выступает известный эксперт Станислав Прибылов. Наконец стала полноценной рубрика «Секреты мастерства», где профессионалы телепроизводства, работающие непосредственно в «поле», рассказывают о своей профессии и делятся секретами с начинающими. Появились постоянные рубрики, повествующие о продвижении, связях с общественностью, маркетинге и менеджменте телекомпании.

В новом году в журнале также появятся новые рубрики. Мы планируем больше писать о регионах, освещая деятельность региональных телекомпаний и операторов, обзоры оборудования и контента будут публиковаться на регулярной основе. Мы будем больше уделять внимания грядущим изменениям рынков: какой контент будет интересен в следующем сезоне, какие новые технологии придут на телевидение, какие новые инструменты продвижения помогут завоевать аудиторию, какие проекты «выстрелят» в будущем и куда можно смело инвестировать.

Но все наши задумки — ничто без вас, наши уважаемые читатели и партнеры. Мы открыты для сотрудничества и ждем ваших предложений. ■■

Читайте последние новости на twitter.com/#!/broadcasting_ru; facebook.com/BroadcastingRu; vk.com/broadcastingru

КОНТАКТЫ

123007, Москва,
ул. 3-я Магистральная, д. 30
Тел.: (495) 647-04-42

Редакция:

Анна Заварзина
+7 (903) 740 1494
zavarzina@groteck.ru

Координатор PR-проектов:

Екатерина Кузьмина
+7 (495) 647 0442
kuzmina@groteck.ru

Менеджер направления Broadcasting:

Наталья Никитина
+7 (925) 311 7581
nikitina@groteck.ru

Руководитель Интернет-проектов:

Амир Хафизов
+7 (495) 647 0442
hafizov@groteck.ru

Руководитель отдела распространения:

Анна Ипатова
+7 (495) 647 0442
ipatova@groteck.ru