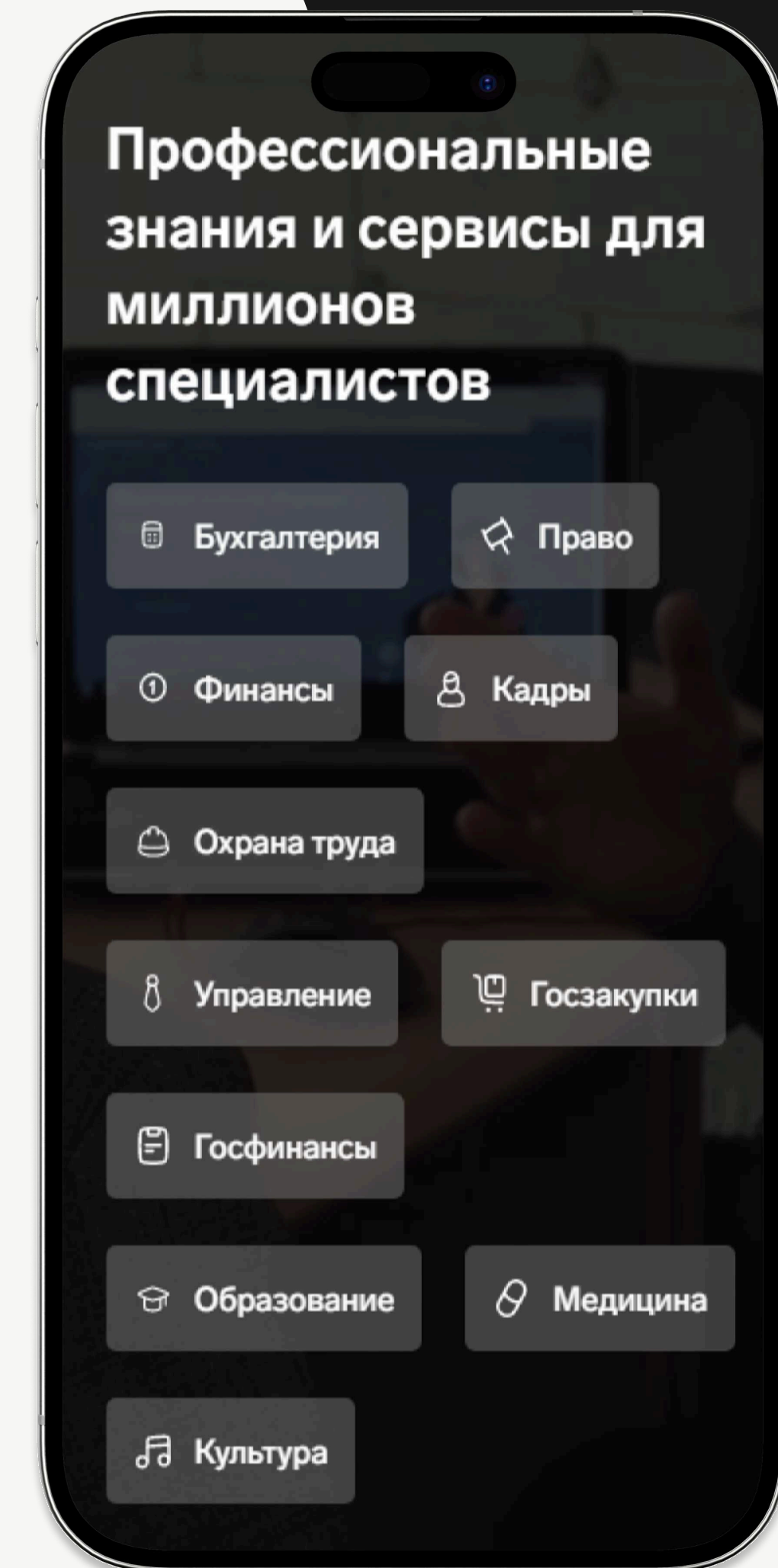


Группа **АКТИОН**

— крупнейший B2B-издатель в России

Реклама в печати



Актион — крупнейший холдинг B2B-изданий в России

Группа «Актион» выпускает печатные издания, электронные журналы, справочные системы, образовательные продукты, а также способствует профессиональному нетворкингу среди специалистов и руководителей.

Ежегодно мы проводим премии и конференции для повышения лояльности аудитории и привлечения новых клиентов. Среди них: «Юридический саммит», «Съезд специалистов по охране труда в Кремле», «Финансовый директор года», «Главбух года», «Лучшие HR-департаменты», «День главбуха», «Лучшие юридические департаменты».

Наше ключевое преимущество — продажа подписки на собственные издания. Это позволяет нам формировать концентрированную целевую аудиторию по каждому продукту и помогает избегать размытия профессиональной информации в среде неспециалистов.

Наши читатели — это люди с высшим образованием и высоким доходом: финансисты, управленцы, бухгалтеры, юристы, кадровики, медики, директора школ и детских садов и другие специалисты. Они отличаются профессионализмом в своей области, формируют политику компании, принимают решения или влияют на их принятие.

Актион в цифрах

16+ млн

база e-mail
адресов

13,5 млн

пользователей
в месяц

200

мероприятий
в год

43

печатных
журнала

30

сайтов

28

справочных
систем

23

образовательных
продукта



Аудитория наших изданий

Бухгалтерия



Финансы



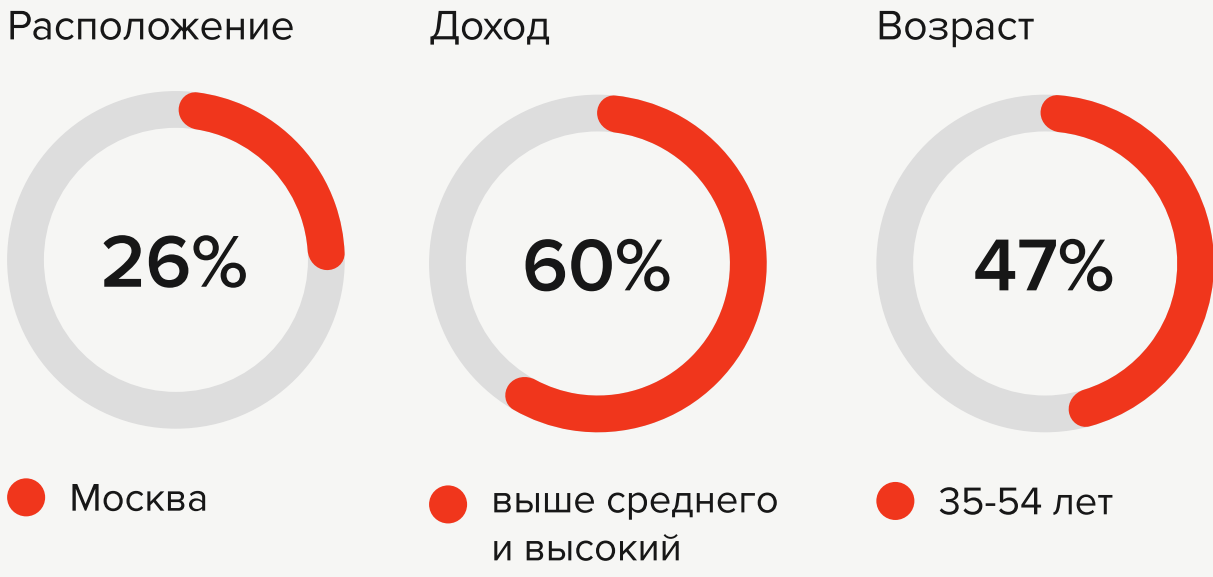
Управление



Право



Аудитория



Все издания распространяются только по подписке

774 214
тираж

2 905 340
AIR

Охрана труда



Кадры



Госзаказ



Образование



Госфинансы



Медицина



Культура



Аудитория наших изданий

Бухгалтерия	Издание	Тираж	AIR
	Главбух	105 000	654 100
	Учет. Налоги. Право	97 850	343 000
	Упрощенка	30 000	90 300
	Зарплата	33 800	115 500
	Российский налоговый курьер	30 000	116 700
	Бухгалтерия ИП	4 550	9 000
	Арбитражная практика для юристов	13 050	27 000
	Трудовые споры	9 500	19 000
	Уголовный процесс	4 000	8 000
Право	Корпоративный юрист	5 100	10 200
	Юрист компании	10 000	20 800
Финансы	Генеральный Директор	50 400	258 100
	Финансовый директор	64 600	233 000
	Практическое налоговое планирование	14 200	28 600

Госфинансы	Издание	Тираж	AIR
	Казенные учреждения	6 000	12 600
	Учет в учреждении	10 000	29 000
	Зарплата в учреждении	6 000	18 000
Госзаказ	Госзакупки.ру	17 000	51 000
	Госзаказ в вопросах и ответах	15 000	45 000
Медицина	Главная медицинская сестра	7 000	14 000
	Справочник заведующего КДЛ	7 500	15 000
	Заместитель главного врача	5 000	10 000
	Здравоохранение	7 600	15 200
	Управление качеством в здравоохранении	3 350	4 020
	Справочник руководителя учреждения культуры	6 300	12 600

Образование	Издание	Тираж	AIR
	Справочник старшего воспитателя дошкольного учреждения	6 200	25 100
	Справочник заместителя директора школы	3 600	11 300
	Медицинское обслуживание и организация питания в ДОУ	13 500	27 000
	Справочник педагога-психолога. Детский сад	2 500	4 400
	Справочник руководителя образовательного учреждения	2 800	8 450
	Справочник руководителя дошкольного учреждения	5 500	16 700
Кадры	Кадровое дело	39 950	157 850
	Директор по персоналу	10 500	47 950
	Справочник кадровика	67 584	239 820
	Справочник специалиста по охране труда	7 630	28 350
Охрана труда	Охрана труда в вопросах и ответах	4 500	17 500

Журналы издаются в двух форматах: печатная и е-версия



Тираж: 50 400 экз.
Периодичность: 1 раз в месяц

В журнале: пометка «Реклама»
не ставится, она выносится
в содержание

На сайте: материал публикуется
с пометкой «Реклама»

Решения для бизнеса

КУЛЬДУРСКОЕ МЕСТОРОЖДЕНИЕ – ИСТОЧНИК ГИДРОКСИДА МАГНИЯ

ИСТОРИЯ МЕСТОРОЖДЕНИЯ

Еврейская автономная область богата природными ресурсами: на ее территории разведаны месторождения более 20 полезных ископаемых, в том числе железа, угля, олова, марганца, графита, золота и, конечно, брусита, который является порообразующим для одноименных пород.

Интерес к недрам этого региона возник еще в середине XIX века, а с новой силой вспыхнул в 1930-е годы, когда на Дальнем Востоке была образована ЕАО.

История Кульдурского месторождения брусита берет начало в 1965 году, когда залежи бруситовых руд были впервые обнаружены работавшими в регионе геологами. В следующем году была произведена разведка месторождения, промышленные запасы которого составили 14 млн тонн. Еще через три года, в 1969-м, Кульдурское месторождение было введено в эксплуатацию.

На протяжении долгих лет единственным потребителем руды месторождения выступал Богдановичский завод огнеупорных материалов, а его поставки



500 тыс. тонн ежегодно. При указанной производительности обеспеченность группы компаний сырьем составит порядка 13–14 лет.

С целью увеличения минерально-сырьевой базы месторождения Кульдур в 2021 году была выполнена предварительная оценка ресурсной базы и экономических показателей двух вариантов разработки Южной залежи месторождения, построена финальная геологическая блочная модель участка, позволившая произвести оценку запасов месторождения. Геологическая ресурсная база участка оценивается в 1,7 млн тонн брусита, что способно увеличить срок отработки месторождения на два-три года. По предварительным данным, отработка Южной залежи экономически эффективна.

РАЗВИТИЕ РУДНИКА

В настоящий момент продолжают проектные работы по развитию инфраструктуры промышленной площадки Кульдурского рудника, в том числе строительство аналитической лаборатории, расширение цеха

пробоподготовки, оптимизация и развитие железнодорожных выставочных путей.

Кроме того, на Кульдуре с 2020 года реализуется проект по переоборудованию обогатительного комплекса, который включает создание современного дробильно-сортировочного комплекса (ДСК-3) и внедрение новой технологии — рентгеноабсорбционной сепарации (XRT-сепарация).

XRT-сепарация способна разделять породу не только по поверхностным свойствам, но и внутри куска, благодаря чему продукция Brucite+ будет выгодно отличаться высоким качеством и химической чистотой при низком содержании примесей. Первые результаты проведенных опытов на запущенном в работу XRT-сепараторе доказывают его эффективность при получении более высоких марок бруситовых концентратов, что открывает перспективы увеличения доли группы компаний на рынке высокомарочных бруситовых продуктов. Строительство ДСК-3 находится на финальной стадии: завершается монтаж, планируется проведение пусконаладочных работ и запуск комплекса в феврале.

С ЗАБОТОЙ О ПРИРОДЕ

Расположенные на Дальнем Востоке горнодобывающее предприятие и перерабатывающая компания Brucite+ представляют собой горнопромышленный комплекс, где производится высококачественная продукция на основе брусита, находящая применение во многих областях. Рациональное несплощное использование и защита окружающей среды лежат в основе всей деятельности компании. Brucite+ стремится к достижению принципа углеродной нейтральности, когда эмиссия будет не только снижена, но и сбалансирована потреблением равного количества CO₂. Согласно результатам проведенных исследований, выбросы углекислого газа при добыче 1 кг руды на Кульдуре сегодня уже близки к нулевым значениям, составляя всего 9 г.

В Brucite+ уверены: используя богатства природы, необходимо делать все возможное для ее защиты и восстановления.



Генеральный Директор

Рубрика «Решения для бизнеса»

Рубрика посвящена эффективным решениям проблем, возникающих в компании. В рубрике будет рассмотрен прикладной характер сервиса/продукта/услуги, которые повлияли на решение проблемы

Структура материала:

- Описание проблемы, с которой столкнулась компания и её директор
- Что позволило решить проблему, почему компания выбрала именно этот продукт (услугу)
- Описание, как с помощью данного продукта (услуги) проблема была решена
- Полученный результат. В материале возможно размещение логотипа компании, справка о компании

Пакет участника рубрики включает размещение материалов в рубрике «Решения для бизнеса» в журнале «Генеральный Директор»

Объем материала

1/1 полосы

2/1 полосы

Дополнительные опции в интернете

- Размещение материалов рубрики на сайте gd.ru в формате коммерческой публикации

- Посты в социальных сетях



Длительность размещения — 1 месяц



Тираж: 50 400 экз.
Периодичность: 1 раз в месяц

В журнале: пометка «Реклама»
не ставится, она выносится
в содержание

На сайте: материал публикуется
с пометкой «Реклама»

36 Инструменты бизнеса

Личный бренд

«Самое главное — не создавать ложные ожидания»

В статье узнаете: пять принципов, на основе которых руководитель юридической компании выстраивает взаимоотношения с клиентами.

Кирилл Петухов
Председатель коллегии адвокатов
«Петухов и партнеры», Москва

Принципы, которыми я руководствуюсь и в жизни, и в работе, идут из моей семьи. Отец, дед и прадед работали в правоохранительных органах. Иван Петухов в середине 20-х годов прошлого века вел борьбу с разгулявшейся после Гражданской вой-

Все партнеры коллегии имеют большой опыт по расследованию экономических, налоговых и должностных преступлений. В статье расскажу о принципах, которые помогают выстраивать добросовестное взаимодействие с доверителями, направленное на оказание квалифицированной юридической помощи в самых сложных правовых ситуациях.

ны преступностью. Дед Юрий ушел из жизни да ему не было 16 лет, стал разведчиком, работал в правоохранительных органах, выиграл резонансные дела. Отец, Игорь Петухов, всю жизнь посвятил оперативной работе, розыске. Родные являются для меня тем ориентиром, как нужно относиться к своему делу, к личным временем и желаниям. Когда нужно было выбирать профессию, по их стопам: получил юридическое образование, служил в правоохранительных органах, основал коллегию адвокатов.

Об авторе

e.gd.ru
№ 9, сентябрь 2024

представители юридической профессии, не всегда является залогом успеха. Умение продавать часто не сопряжено с реальным опытом, знаниями, навыками и пониманием механизмов оказания квалифицированной юридической помощи, которая в первую очередь позволит не навредить. Работа, которая строится только на теории, не будет эффективной. Правоприменительная практика может иметь свои особенности, поэтому важно знать, как работают правоохранительная и контрольно-надзорная системы изнутри. Именно в этом я вижу главную ценность моей команды — сильная экспертиза специалистов со знанием «внутренней кухни», основанная на многолетнем опыте работы. Основная часть партнеров — выходцы из Главного следственного управления Следственного комитета РФ по Москве, люди, которые реализовали себя, получили выслугу лет и ушли на пенсию, чтобы в дальнейшем использовать накопленные профессиональные знания и навыки для помощи бизнесу. Минимальный опыт работы в следственных органах у членов команды — 12 лет, максимальный — более 23.

2 Не создавать неоправданные ожидания

Главные правила, которыми руководствуюсь я сам и моя команда, — не давать клиентам необоснованные обещания, не вводить их в заблуждение. Работая в органах, в 90 процентах случаев сталкивались с делами, когда юридическое сопровождение не помогало компаниям, а, наоборот, лишь ухудшало их положение. Известен случай, когда один юрист сопровождал шесть организаций за значительное вознаграждение, гарантируя отсутствие проблем с правоохранительными органами. А спустя год такого «юридического обслуживания» в отношении руководителей этих компаний возбудили шесть уголовных дел за уклонение от уплаты налогов. Некомпетентный юрист не видел проблемы там, где она была, убеждал в этом руководство компаний. Таких историй на рынке огромное



Мои партнеры — профессиональные практики, выходцы из СК и налоговых органов, которые теперь защищают бизнес

количество. Поэтому для подготовки налоговых реконструкций, возражений, апелляционных жалоб привлекаю только тех специалистов, которые имеют практический опыт работы в налоговых и следственных органах. Например, сотрудничаю с бывшим начальником отдела выездных проверок с 20-летним стажем, экс-руководителями инспекций и их заместителями и др. Если клиент

Фотография из архива Кирилла Петухова

Генеральный Директор

Рубрика «Личный бренд»

Длительность проекта — 1 месяц

Рубрика посвящена историям успеха руководителей компаний. В рубрике рассказываем про путь, который прошел руководитель и каких результатов достигла компания.

Структура материала:

- Интервью с владельцем или генеральным директором

Пакет участника рубрики включает размещение материалов в рубрике «Личный бренд» в журнале «Генеральный Директор» и е-версии

Объем материала

4/1 полосы

2/1 полосы

Дополнительные опции в интернете

- Размещение материалов рубрики на сайте gd.ru в формате коммерческой публикации
- Посты в социальных сетях
- Рассылка по базе сайта gd.ru (50 000 адресов)





Тираж: 64 600 экз.
Периодичность: 1 раз в месяц

На правах рекламы



Пример PR-проекта

Финансовый директор

Спецпроект «Эффективные решения»

Формат: 4 полосы

Спецпроект посвящён эффективным решениям проблем, возникающих в компании на уровне финансового директора. В статье редакция рассказывает, как услуга/продукт клиента решает эту задачу

Пакет спецпроекта включает:

1. Присвоение статуса Партнера спецпроекта
2. Спецпроект выделяется шмуцем внутри издания
3. Размещение экспертного мнения по теме спецпроекта с фотографией эксперта, размер 1/3 полосы, не более 730 знаков. Согласовывается с редакцией
4. Размещение 1/2 модульной или текстовой рекламы в журнале (в сроки, удобные партнеру)

Тема и содержание проекта согласовывается с редакцией
Другие виды PR возможны, но обсуждаются по запросу

Дополнительные опции в интернете

- Размещение материалов спецпроекта на сайте fd.ru в формате коммерческой публикации
- Посты в социальных сетях

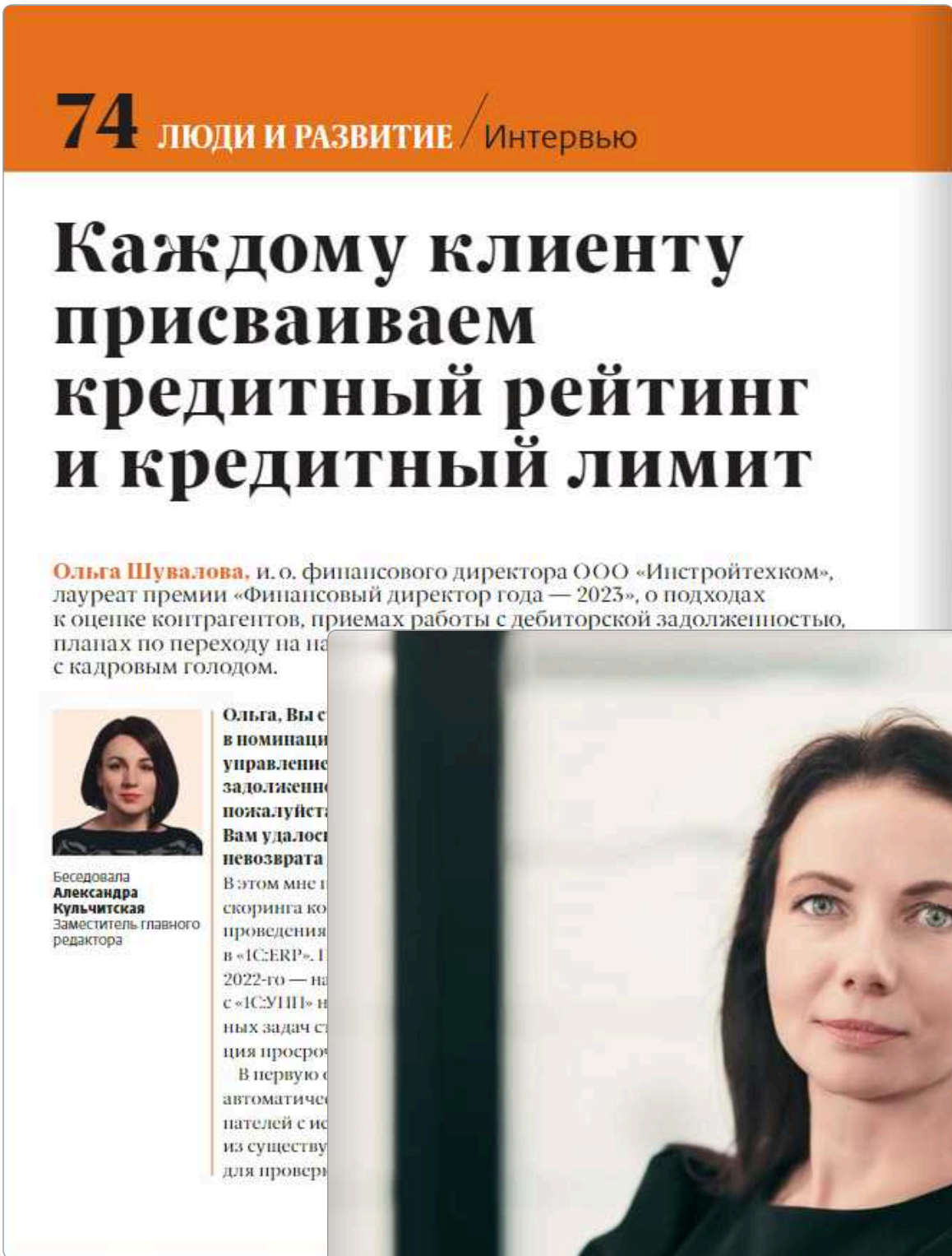


Длительность размещения — 1 месяц



Тираж: 64 600 экз.
Периодичность: 1 раз в месяц

Без пометки «Реклама»



Пример PR-проекта

Финансовый директор

Рубрика «Люди и развитие»

Рубрика посвящена историям успеха финансовых директоров

Пакет участника рубрики включает размещение материалов в рубрике «Люди и развитие» в журнале «Финансовый директор»

Структура материала:

- Интервью с финансовым директором

Объем материала

2/1 полосы

4/1 полосы

Дополнительные опции в интернете

- Размещение материалов рубрики на сайте fd.ru в формате коммерческой публикации
- Посты в социальных сетях  

Длительность размещения — 1 месяц

На правах рекламы

Пример PR-проекта

Главбух

Рубрика «Вокруг бухгалтерии»

Формат: 2 полосы

Проект состоит из редакционной статьи на тему, интересную аудитории журнала «Главбух» и связанную с деятельностью клиента, а также рекламы в формате 1/1 или 1/2 полосы

Пакет партнера «Вокруг бухгалтерии» включает размещение в журнале «Главбух» в формате 2-х полос

Тема и содержание проекта согласовывается с редакцией

Дополнительные опции в интернете

- Размещение материалов рубрики на сайте glavbukh.ru в формате коммерческой публикации
- Посты в социальных сетях  

Длительность размещения — 1 месяц



Тираж: 10 150 экз.
Периодичность: 1 раз в месяц

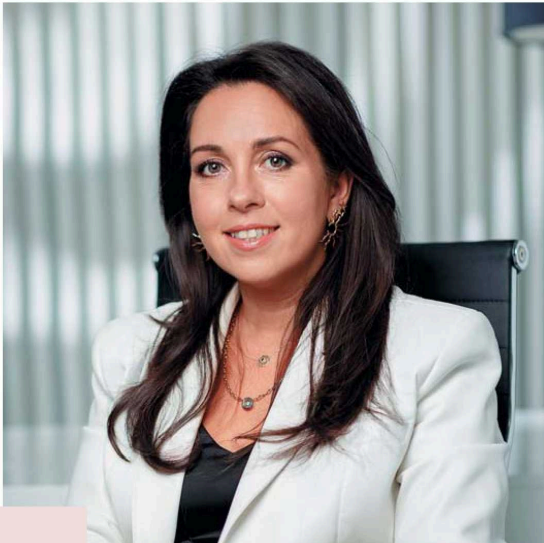
Без пометки «Реклама»

Краткий обзор номера

82

Анастасия Хрисанфова,
партнер UpScaleIT, ex-HRD
и ментор

«Задача HR
и руководителей
сегодня — это повышать
общую зрелость бизнеса
в вопросах управления
персоналом»



Бизнес и HR — союзники. Об
нить CEO и HR-директора, что
валась. Так считает Анастаси
нер UpScaleIT, человек, чья м
HR и бизнес. Поговорили с А
чалась ее карьера, об особен
бизнеса и сферы управления

86

Личная эффективность

Профессиональное
развитие HR.
Чему научить нович
и бывалых коллег

к архитектуре своей жизни. И последние несколько лет я совмещаю это
направление с корпоративной карьерой и с консультированием.

**Судя по всему, образование, которое вы получили, все-
таки очень пригодилось вам в карьере на всех ее этапах?**

Да. Наш вуз отличался очень практико-ориентированным подходом. И это
дало мне уже на первых курсах полезные навыки по структурированию
своей работы, решению реальных кейсов, созданию обучающих продуктов.
Вуз научил меня смотреть шире заданных рамок — искать возможности
и материалы для своих задач, сформировал навыки работы с людьми, пси-
ходиагностики, научного подхода к исследованиям и проверке гипотез.
Я получила хорошую базу матанализа и статистики, научилась не делать
плохих продуктов. Любая группа, тренинг, выводы по исследованию могли
повлиять на конкретных людей, поэтому очень важен ответственный под-
ход. С тех пор я очень осторожно отношусь к простым инструментам те-
стирования и классификации, которые иногда любят применять в бизнесе.

Личные вопросы Анастасии Хрисанфовой

Ретрит на Бали или рок-фестиваль в Германии? Ретрит
на Бали.

**Успех — это 99 процентов упорной работы и 1 процент та-
ланта или наоборот?** Успех — это на 30 процентов умение за-
мечать возможности, на 30 процентов — талант возможности
раскрывать и на 30 процентов — упорная работа. Остальные —
это то, что создает возможности.

**Если бы сейчас предложили работу, о которой мечтали
в детстве, ушли бы из HR?** В детстве я мечтала стать стюардес-
сой, потому что они много путешествуют. Сейчас я путешествую
больше, чем могут позволить себе стюардессы.

Мечтаете или ставите цели? Мечтаю и потом ставлю цели.
Но ставлю цель мечтать больше.

**Какие черты характера вам нравятся в людях, а какие раз-
дражают?** Есть черты, которые отличают «моих» людей: уваже-
ние, любопытство, открытость.

Какое у вас хобби? Танго. Планирую научиться играть на пиани-
но. А вообще их много. Например, коллекционирую ювелирку.

**Когда в последний раз вы чувствовали себя героем на ра-
боте?** Несколько лет назад. До того, как всерьез поработала над
своим героизмом и спасательством.



Фото: Николай Покровский

Пример PR-проекта

Директор по персоналу

Печатный проект

Партнер рубрики

Полный пакет:

- Статья на 3 полосы
- Реклама на полосу
- Вебинар на аудиторию ДПП
- Интервью с HR-директором на 6 полос (фото героя будет на обложке)
- Рассылка после вебинара

Тема и содержание проекта согласовывается с редакцией

Сокращенный пакет партнерства номера:

- Статья на 3 полосы
- Реклама на полосу
- Вебинар на аудиторию ДПП
- Рассылка после вебинара

Тема и содержание проекта согласовывается с редакцией

Интервью с обложкой:

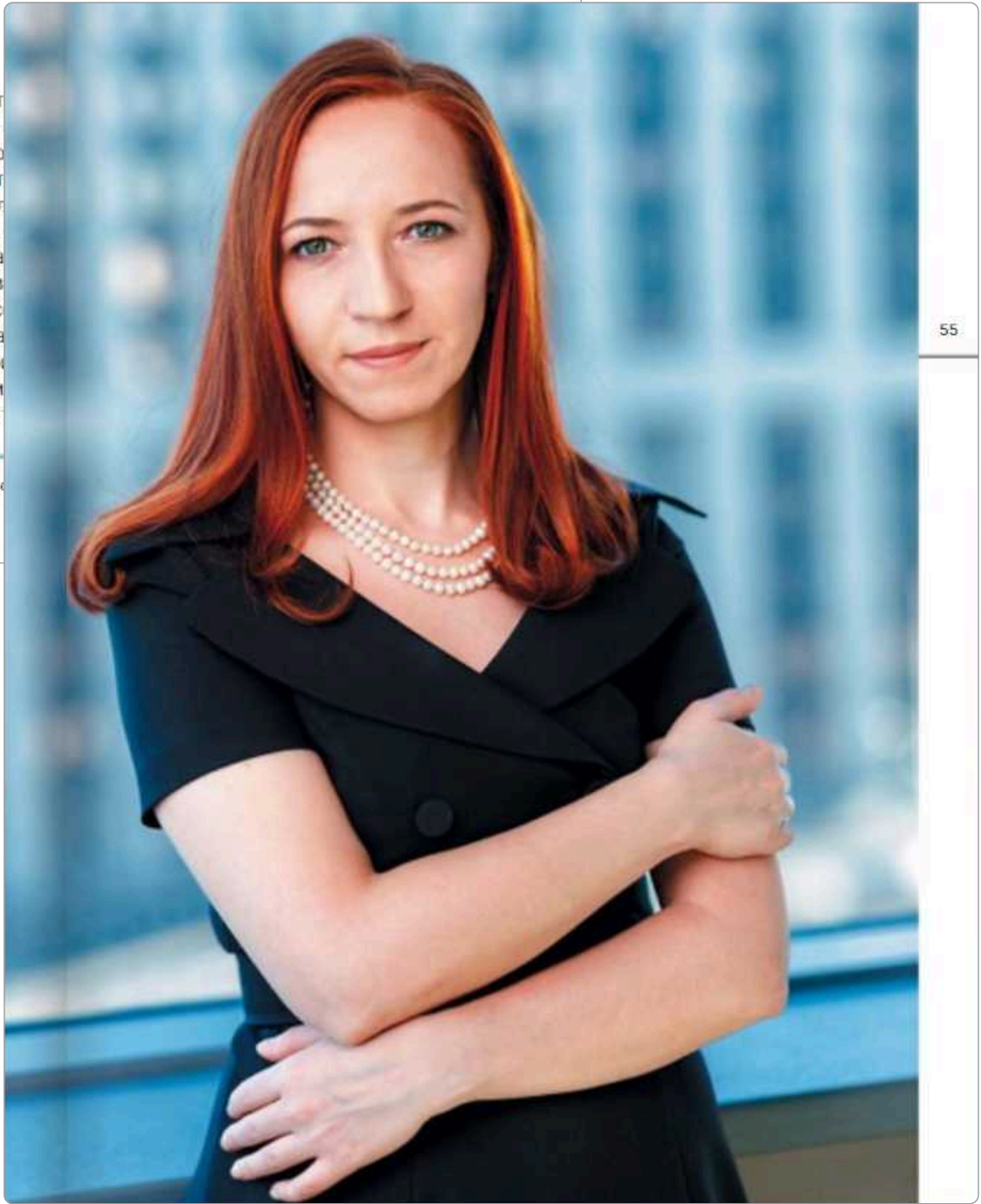
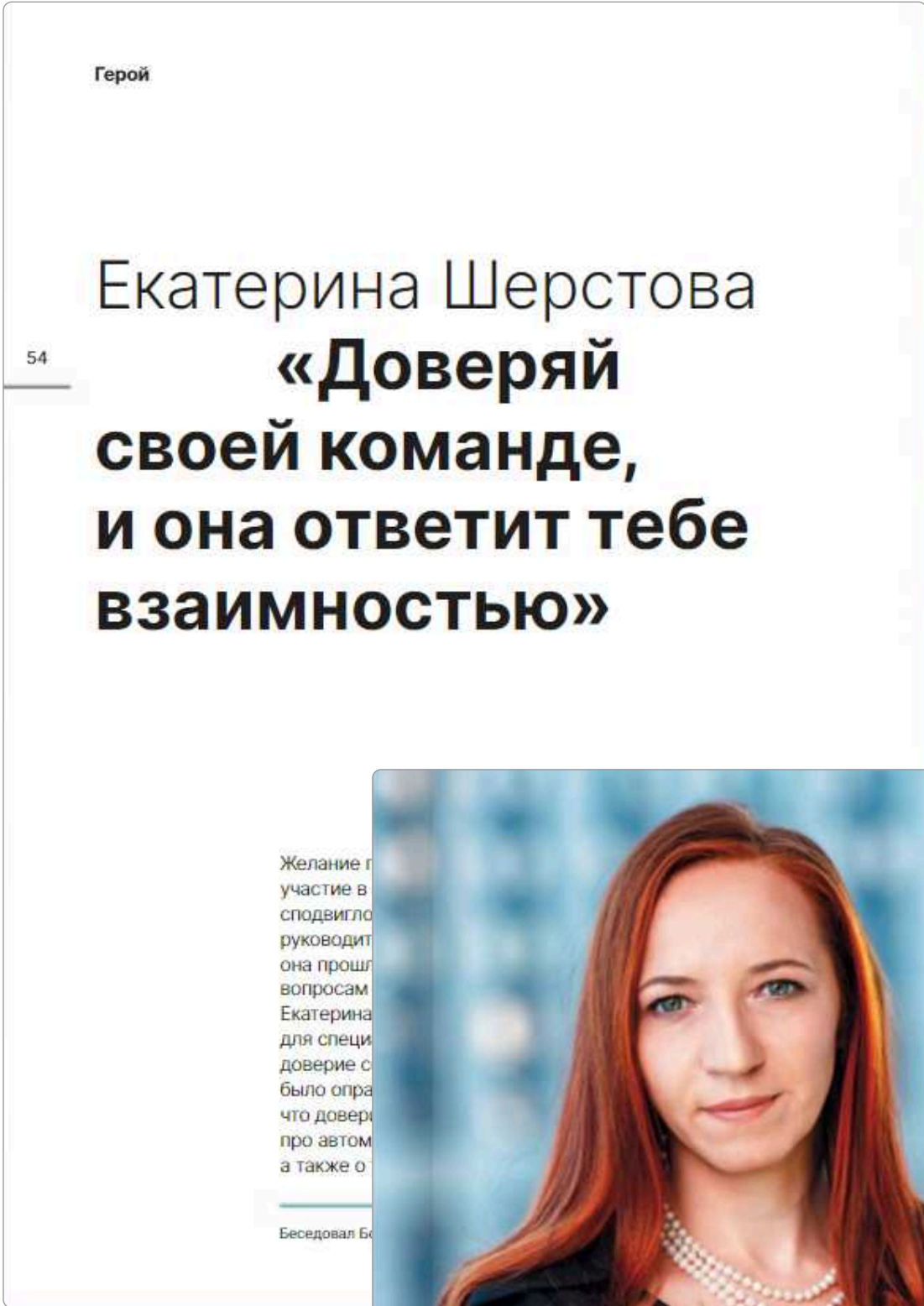
Объём интервью с HR-директором — 6 полос,
герой интервью размещается на обложке журнала

Тема и содержание проекта согласовывается с редакцией



Тираж: 5 100 экз.
Периодичность: 1 раз в месяц

Без пометки «Реклама»



Пример PR-проекта

Корпоративный юрист

Рубрика «Герой»

Раздел посвящён эффективным решениям проблем, возникающих в компании. В разделе будет рассмотрен прикладной характер сервиса/продукта/ услуги, которые повлияли на решение проблемы

Включает в себя:

- Фото одного героя на обложке
- 3 фото в тексте
- 3 разворота

Тема и содержание проекта согласовывается с редакцией

Контакты

📍 Россия, Москва, 123022, 1-й Земельный переулок, 1

☎ +7 495 660-17-18

@ reklama@action.group