



# Брендинг как коммуникационная технология XXI века

## Программа

X международной научно-практической конференции  
27-28 февраля 2024 (г. Санкт-Петербург)  
4-6 апреля 2024 (г. Калининград)

Санкт-Петербург  
2024



АКАДЕМИЯ  
МУБЧНТ

БФУ  
ИМЕНИ И. КАНТА

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ  
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
БАЛТИЙСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. И. КАНТА

## ПРОГРАММА

**X международной научно-практической конференции**

## **БРЕНДИНГ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ XXI ВЕКА**

**27-28 февраля 2024, г. Санкт-Петербург  
4-6 апреля 2024, г. Калининград**

# СЕССИЯ 1

## САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 27-28 ФЕВРАЛЯ

27 февраля, 14:30 – Открытие сессии 1

**Место проведения:** наб. кан. Грибоедова, д. 30/32, ауд. 2041 (2 этаж)

**Модератор:** д-р филол. наук, проф., зав. каф. коммуникационных технологий и связей с общественностью **Алексей Дмитриевич Кривоносов**

### Приветствия:

**ПРУЦКИХ Андрей Александрович**, к-т филол. наук, доц., декан Гуманитарного факультета Санкт-Петербургского государственного экономического университета

### ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ

#### «Коммуникационные технологии современного брендинга»

**Регламент выступления – до 10 минут**

Ссылка на подключение к онлайн-конференции:

<b>Кривоносов А.Д.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет), <b>Лебедева Т.Ю.</b> (Европейский институт PR, Париж)	Современный геобрендинг: практика VS теория (к 10-летию конференции «Брендинг как коммуникационная технология XXI века)
<b>Малькевич А.А.</b> (Херсонский государственный педагогический университет)	Территориальный брендинг новых регионов: методы коммуникационного противостояния
<b>Спицына К.Р.</b> (ООО «Креативные исследования»), <b>Касьянова Д.А.</b> (Ресурсный центр поддержки добровольчества в г. о. Королёв), <b>Угрелидзе О.Р.</b> (Молодёжный центр «Космос»)	Бренд наукограда как инструмент популяризации науки среди молодёжи (на примере «Сделано в Королёве»)
<b>Курганова Е.Б.</b> (Воронежский государственный университет)	Страновой ребрендинг: ключевые факторы (на примере Индии)
<b>Семенова Е.А.</b> (Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина)	Оформление госпабликов органов местного самоуправления Тамбовской области как аспект геобрендинга
<b>Ревникова М.Н.</b> (Федеральный институт цифровой трансформации в сфере образования), <b>Морозов А.В.</b> (НИИ ФСИН России)	Роль брендинга в формировании системы мониторинга качества образования в условиях цифровой трансформации
<b>Боева Г.Н.</b> (Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна)	Сторителлинг в филологическом сопровождении брендинга

## 27 февраля, 12:00 – Секция 1

**Место проведения:** дистанционный формат (МУБиНТ, г. Ярославль, онлайн)

**Модератор:** д-р филол. наук, проф., проректор по управлению знаниями, вице-президент, зав. каф. массовых коммуникаций Академии МУБиНТ **Валентин Николаевич Степанов**

### СЕКЦИЯ 1.

#### «Арт-менеджмент и брендинг в сфере культуры»

**Регламент выступления – до 10 минут**

Ссылка на подключение к онлайн-конференции:

<b>Полывяная М.И.</b> (Ярославский художественный музей)	Синергия брендов и искусств в арт-менеджменте на примере выставки «Иван Айвазовский» и проекта «Три стихии» в Ярославле
<b>Якушева Л.А.</b> (Вологодский государственный университет)	Деревянные дома как неотъемлемая часть вологодского бренда
<b>Самодов А.Д., Карасева Е.А.</b> (МУБиНТ)	Управление персональным брендом ректора вуза в современных медиа: сила и искусство
<b>N’Goran Koffi C.</b> (Université Peleforo gon Coulibaly de Korhogo, Cote d’Ivoire)	Gestion de la diversité culturelle dans le développement du géobrand Côte d’Ivoire

## 28 февраля, 14.30 – Секция 2

**Место проведения:** Москательный пер., д. 4, ауд. 204 (2 этаж, смешанный формат)

**Модераторы:** к-т филос. наук, доц. **Анна Валентиновна Пряхина**, ст. преподаватель **Анна Андреевна Смирнова**

### СЕКЦИЯ 2.

#### «Брендинг в исследованиях молодых ученых»

**Регламент выступления – до 10 минут**

Ссылка на подключение к онлайн-конференции:

<b>Волкова Э.О., Кулик А.К.</b> (Санкт-Петербургский государственный технологический институт)	О возможностях продвижения бренда в социальных сетях
<b>Первушина Э.В.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	AI в брендинге. Как его есть
<b>Савельева А.А.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Эффективность имени бренда в стратегических коммуникациях организации (на примере территориального пространства «Севкабель Порт»)

<b>Смирнова Е.В.</b> (Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого)	Брендинг гляцевых изданий в современных геополитических условиях
<b>Швед А.А.</b> (Российский государственный гуманитарный университет)	Территориальный брендинг и социальная ответственность: ключевые факторы успешного управления многоквартирными домами в контексте брендинга управляющей компании
<b>Ветрова Е.А., Пудовкина М.П.</b> (Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина)	Видеопроект «Тамбов безз границ»: практика продвижения бренда территории Тамбовской области
<b>Герцик А.</b> (Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова)	Особенности продвижения бренда модной индустрии (на примере бренда дизайнерской одежды «LICHN»)
<b>Карманников Д.А.</b> (Донской государственный технический университет, НИУ ВШЭ)	Конструирование «мифа» в современном брендинге (на примере аудиовизуальной рекламы)
<b>Полякова Д.С., Сафронова Ж.С.</b> (Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет)	Исследование привлекательных элементов HR-брендинга для реальных и потенциальных сотрудников производственных фармацевтических компаний

## Стендовые доклады

### 1. Брендинг в бизнесе

- Анищенко С.И., Чибисова Е.А.* Особенности продвижения люксового бренда в сфере моды
- Болтенко Н.О.* Коммуникационные технологии формирования и продвижения персонального бренда руководителя образовательной организации
- Бомбин А.Ю.* Ценностные особенности формирования силы бренда в контексте внедрения новых стандартов оценки бренда серии ISO 20671
- Будникова Н.С.* Теоретические основы создания бренда туристских услуг
- Быченков М.Д., Бразевич Д.С.* Цифровые технологии в коммуникационном продвижении бренда
- Варик В.А.* Брендинг на рынке деревянного многоэтажного домостроения
- Вострых А.В.* Развитие брендинга производителей программного обеспечения по средствам модернизаций интерфейсов продуктов
- Дорохова Д.В.* Видеоконтент как один из способов формирования бренда компании
- Ильина И.И.* Брендинг в сфере красоты
- Кармалова Е.Ю., Кузнецова А.М.* Основные направления исследований эффективности визуальной айдентики бренда
- Кондратенко Ю.Н.* Специфика формирования бренда промышленных предприятий
- Леснова А.Ю., Воспитанник И.В.* HR-брендинг как важнейший фактор развития компании
- Ли М.Р., Ким А.Л.* Сила бренда и конкурентоспособность бизнеса
- Масасин Е.Р., Аликперов И.М.* Брендинг инди-музыки как способ привлечения бизнеса в жанр
- Медведников С.А.* Влияние целевых групп общественности на формирование бренда объектов водного туризма
- Миндер А.В.* Брендинг в бизнесе: сущность, этапы формирования и подходы к созданию бренда на примере белорусских компаний
- Николаева Е.С.* Влияние корпоративной культуры на продвижение бренда

*Полякова Д.С., Сафронова Ж.С.* Исследование привлекательных элементов HR-брендинга для реальных и потенциальных сотрудников производственных фармацевтических компаний  
*Прохоров А.В., Иванов И.С.* Специфика брендинга несетевого торгового центра  
*Семенова Л.М.* Антибрендинг в бизнесе: цель и технологии  
*Соколова Е.А., Терехина А.А.* Фирменный стиль предприятий общественного питания как компонент брендинга организаций  
*Сыркина А.Н.* Kidbranding и тренды в индустрии детской одежды  
*Фарнакова М.С.* Ивенты как коммуникационный инструмент в продвижении бренда  
*Шалимов И.В.* Брендинг в бизнесе: ключевые аспекты и стратегии для успешного развития предприятия  
*Щукина Е.А.* Эволюция брендинга в швейной индустрии: молодежный подход и диджитал-трансформация

## **2. Брендинг территорий**

*Бюрчиев И.Н., Машков М.О., Качанова Е.А.* Роль социальных медиа в брендинге территорий: успешные практики российских регионов  
*Данилова Н.И., Жукова Г.А.* Туристический потенциал в развитии региональных брендов  
*Ершова Е.Ю.* Особенности формирования и продвижения территориальных брендов на примере г. Смоленска  
*Климов С.Л.* Брендинг Баку как элемент стратегии «мягкой силы» Азербайджана  
*Кузнецова Н.А.* Использование нейросети в качестве инструмента брендинга городов  
*Павлова О.А.* Культурный код региона как фактор успешного территориального брендинга  
*Погребцова Е.А.* Территориальный брендинг как важнейший фактор развития и повышение конкурентоспособности Омского региона  
*Рабочева Н.С., Аликперов И.М.* Геобрендинг малого города  
*Савельева И.Ю.* Сторителлинг в продвижении бренда территории  
*Усова Е.В.* Визуальные элементы идентификации в формировании бренда Астраханской области

## **3. Форматы и технологии сетевых коммуникаций в брендинге**

*Бойцова Ю.Г.* Форматы сетевых коммуникаций в брендинге (на примере личного бренда копирайтера Максима Ильяхова)  
*Волкова Э.О., Кулик А.К.* О возможностях продвижения бренда в социальных сетях  
*Кащук А.А.* Branded video content: один из эффективных форматов рекламного видеоконтента  
*Кузьмин А.В.* Коммуникационная эффективность бренда в социальных сетях  
*Попова О.И.* Сетевые коммуникации цифрового банка  
*Хафизова А.Р.* Интеграция социальных сетей в коммуникационные процессы бренда: проблемы и преимущества

## **4. Брендинг в сфере культуры и арт-менеджмент**

*Аксенов К.В.* Развитие бренда Библиотеки книжной графики Санкт-Петербурга  
*Алексеева А.В.* Особенности брендинга музеев в современных условиях  
*Коханая О.Е.* Брендинг журнала «Мурзилка» как отечественного средства детской массовой коммуникации с 100-летней историей  
*Кудрявцева М.Е.* Ценностные аспекты брендинга в сфере искусства  
*Светкина А.А.* Театральное искусство: новые тенденции в организации и продвижении  
*Тронина В.Э.* Контент-маркетинг в продвижении учреждений арт-рынка: определение информационных предпочтений целевой аудитории

## **5. Лингвистическое сопровождение и психологические аспекты брендинга**

*Ашенова С.В.* Особенности работы брендов с молодежной аудиторией  
*Вострикова И.Ю.* Концепт «лидерство» в брендинге университетов



Герасимова Г.И., Крюкова С.А. Политическая мифология Р. Барта в контексте развития бренда  
Данилов Л.О. Цветовая коммуникация фитнес-центров  
Карпова Е.А. Восприятие бренда: как заинтересовать целевые группы потребителей  
Корнилова Е.Е. Литеры латинского алфавита Z, V, O как самостоятельный бренд

## СЕССИЯ 2 (примерная программа)

### КАЛИНИНГРАД, 4-6 АПРЕЛЯ

**4 апреля, 13:00** по местному времени – **Открытие Сессии 2**

**Место проведения:** Музей мирового океана, наб. Петра Великого, 1

**Приветствия:** инф. уточняется

### Открытие студенческого воркшопа по геобрендингу

#### ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ 1

Регламент выступления – до 12 минут

<b>Сивкова А.В., Струкова Е.М.</b> (Калининград)	Бренд Музея Мирового океана в культурном ландшафте страны и региона
<b>Берендеев М.В.</b> (Балтийский федеральный университет им. И. Канта)	«Геополитика геобренда»: новые точки притяжения в продвижении российских регионов в условиях международных турбулентностей и цифровых коммуникаций
<b>Киуру К.В., Линьков С.В.</b> (Челябинский государственный университет)	Драматический и нарративный дизайн геобренда (на примере Международного иммерсивного форума «Евразийский ворота»)
<b>Кривошеев В.В.</b> (Балтийский федеральный университет им. И. Канта)	Ребрендинг городского поселения: из Кёнигсберга в Калининград
<b>Шилина М.Г.</b> (Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва)	Креативный геобренд как новая концепция для креативных индустрий в условиях турбулентности

### Экскурсия по Музею мирового океана

#### Секционное заседание

Регламент выступления – до 10 минут

**5 апреля, 10:00** по местному времени

**Место проведения:** БФУ им. И. Канта, ул. А. Невского, 14, ауд. (инф. уточняется)

<b>Багдасарян Д.А.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Формирование бренда социально безопасной территории
--	---

<b>Скрипникова Н.Н.</b> (Воронежский гос. технический университет)	Территориальное развитие: коммуникативные практики, ведущие к успеху
<b>Гизун Э.И.</b> (Балтийский федеральный университет им. И. Канта)	Формирование потребительского поведения туристов в контексте маркетинга геобрендов Калининградской области
<b>Усов Н.В.</b> (Московский международный университет), <b>Дубик Е.А.</b> (Нижегородский гос. технический университет им. Р.Е. Алексеева), <b>Горбунов А.А.</b> (Балтийский федеральный университет им. И. Канта)	Брендинг туристической дестинации для молодой аудитории (на примере проекта «Промышленный Нижний»)
<b>Смирнова А.А.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет), <b>Смирнова Н.А.</b> (Костромской государственный университет)	Архитектурные доминанты в брендинге города (на примере ансамбля Костромского кремля)
<b>Шерне А.С.</b> (Санкт-Петербургский государственный университет)	Роль HR-бренда промышленного предприятия в территориальном брендинге Санкт-Петербурга
<b>Земская Ю.Н.</b> (Российский университет дружбы народов), <b>Кузнецова Е.А.</b> (НИУ Высшая школа экономики), <b>Осмоловская А.В.</b> (Российский университет дружбы народов)	Коммуникационный потенциал миссии бренда университета (на примере российских вузов)
<b>Генидзе Н.К.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Способы передачи топонимов городской среды Санкт-Петербурга на английский язык
<b>Виноградова К.Е.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Коммуникационный потенциал стриминговых платформ
<b>Мухина О.С.</b> (Уральский федеральный университет)	Стратегии формирования бренда медиафрилансерами-блогерами: восприятие студентов факультета журналистики
<b>Кармалова Е.Ю.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет), <b>Захарова А.В.</b> (Новосибирский государственный технический университет)	Гострайтинг как технология персонального брендинга
<b>Рассохина И.Ю., Пряхина А.В.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Брендинг вуза в контексте парадигмы «третьей миссии» университета
<b>Гнездилова Е.В.</b> (Российский государственный аграрный университет – МСХА им. К. А. Тимирязева, Москва)	Нативная реклама как эффективный метод продвижения бренда



<b>Скворцов А.М.</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет, СПбФ ИИЕТ РАН)	Лингвистические аспекты протобрендинга (на примере надписей античных Помпей)
---	--

## ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ 2

**Регламент выступления – до 12 минут**

**6 апреля, 10:00** по местному времени

**Место проведения:** БФУ им. И. Канта, ул. А. Невского, 14, ауд. **(инф. уточняется)**

<b>Степанов В.Н.</b> (Международная академия бизнеса и новых технологий – МУБиНТ, Ярославль)	Геобренд в контексте философии потока
<b>Секерин В.Д., Горохова А.Е.</b> (Российский государственный гуманитарный университет)	Идейные основы развития российского национального брендинга
<b>Белецкая Т.В.</b> (Балтийский федеральный университет им. И. Канта)	Брендинг для всех или ни для кого: значение взаимодействия с населением в формировании имиджа места
<b>Олешко В.Ф.</b> (Уральский федеральный университет)	Бренд-капитал медиафрилансера цифровой эпохи: теория и методология оценки

**Защита проектов студенческого воркшопа по геобрендингу.**