

PROGRAM CDT 2024

Communication in the context of digital transformation
Коммуникации в условиях цифровой трансформации

25 - 26 november 2024 St. Petersburg





**ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**КОММУНИКАЦИИ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

**Программа
VIII международной
научно-практической конференции**

(25-26 ноября 2024 года)

Санкт-Петербург

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

25 ноября 2024 года
12:40, наб. канала Грибоедова, 30-32, ауд. 2041

Модератор: Алексей Дмитриевич Кривонос – докт. филол. наук, профессор, зав. кафедрой Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Ссылка на подключение: <https://webinars.unecon.ru/3646/384460347>

Регламент выступления – 10 мин.

Горбашко Елена Анатольевна докт. эконом. наук, профессор, проректор по научной работе, Санкт-Петербургский государственный экономический университет	Приветственные слова
Пруцких Андрей Александрович канд. филол. наук, декан Гуманитарного факультета, Санкт-Петербургский государственный экономический университет	
Soumaya El Badaoui (Сарая Эль Бадауи) профессор, декан факультета Медиа (Каирский университет, Египет)	Искусственный интеллект в преподавании коммуникаций в Египте
Лебедева Татьяна Юрьевна (Европейский институт PR, Париж), Кривонос Алексей Дмитриевич (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Искусственный интеллект в прикладных коммуникациях: практика VS этика, изучение VS обучение
Курганова Екатерина Борисовна (Воронежский государственный университет)	Цифровизация креативных индустрий: опыт применения ИИ-инструментов российскими fashion-брендами
Макарова Людмила Сергеевна (Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского)	Формирование профессиональных компетенций будущих журналистов в области искусственного интеллекта: опыт ННГУ им. Н.И. Лобачевского
Багдасарян Диана Арцруновна (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Искусственный интеллект для решения образовательных задач высшего образования
Берендеев Михаил Владимирович, Соколов Никита Романович (Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта)	Искусственный интеллект в развитии территорий: от образов настоящего к пространствам будущего smart-городов

СЕКЦИЯ 1. ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

25 ноября 2024 года
16:00, Москательный пер., д. 4, ауд. 203

Модератор: Кармалова Елена Юрьевна – докт. филол. наук, доцент, профессор кафедры Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Ссылка на подключение: <https://webinars.unecon.ru/3646/663421097>

Регламент выступления – 10 мин.

Гремилов Александр Владимирович (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	ИИ в инновационных образовательных технологиях
Захарова Александра Владимировна (Новосибирский государственный технический университет)	Искусственный интеллект в повседневной жизни и профессиональной сфере специалиста по рекламе и PR
Захарова Мария Васильевна (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации)	Цифровые коммуникации в сфере туризма и гостеприимства
Зверева Екатерина Анатольевна (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина)	Интерпретация феномена «красота» ведущими журнальными брендами: доминирующие и периферийные коды культуры
Прохоров Андрей Васильевич (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина)	О способах повышения вовлеченности аудитории телеграм-каналов
Семенова Елизавета Алексеевна (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина)	Вовлеченность как основная метрика оценки эффективности ведения госпабликов Тамбовской области
Шатаева Ольга Алексеевна, Плахотник Мария Сергеевна (Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента НИУ ВШЭ)	Реклама «зеленого» рекрутинга ведущих российских компаний ESG (Green Recruitment Advertisement of Top ESG Russian Companies)

СЕКЦИЯ 2. ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (молодые исследователи)

26 ноября 2024 года
16:10, Москательный пер., д. 4, ауд. 203

Модератор: Данилова Наталья Ильинична – канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Багдасарян Диана Арцруновна – руководитель комитета внешних связей Совета молодых ученых, ассистент кафедры Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Ссылка на подключение: <https://webinars.unecon.ru/3646/463390921>

Регламент выступления – 8 мин.

Абдулаев Михаил Мушвигович (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Цифровые коммуникации в продвижении йога-студии
Белов Артем Сергеевич (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Приемы ситуативного продвижения бренда в интернете в контексте экономики внимания
Дулин Валерий Вячеславович (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Цифровые коммуникации в музыкальной сфере: особенности и тенденции продвижения музыкального контента
Какоткин Андрей Олегович (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Идентичность бренда в диджитал-продвижении медицинской организации
Самохвалова Анна Самировна (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Корпоративный сайт как цифровой инструмент развития корпоративной культуры в сфере логистики
Шайдулин Михаил Русланович, Сафронова Жанна Сергеевна (Санкт-Петербургский Химико-Фармацевтический Университет)	Предпочитаемые каналы коммуникации в управлении персоналом производственных фармацевтических компаний в условиях цифровизации отрасли
Ким Яна Игоревна (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Факторы, влияющие на восприятие бренда в цифровой среде

СТЕНДОВЫЕ ДОКЛАДЫ

Секция 1. Практика коммуникаций в условиях цифровизации

- Андреев Е. А., Бомбин А. Ю.** К вопросу о роли цифровых коммуникациях в бизнесе
- Ащуваков Т. Р., Кашук А. А.** Роль творческих лабораторий в цифровой адаптации учреждений культуры
- Бразевич Д. С.** Правовое регулирование коммуникаций в цифровой среде в контексте медиаинформационной грамотности молодежи
- Колчин Д. Ю.** Метаморфозы рекламы: от традиционных медиа к иммерсивным мирам метавселенной
- Колчин Е. Ю.** Цифровые кочевники как феномен современной культуры: риски и противоречия
- Скрипникова Н. Н.** Коммуникационная платформа в продвижении личного бренда авторов инновационных разработок
- Чжан Жуй.** Распространение основной идеологии Китая в цифровую эпоху
- Чжоу Шэннань.** Кризисная коммуникация и руководство общественным мнением в цифровую эпоху
- Шек-Иовсепянц А. Р., Данилова Н. И.** Digital-технологии продвижения компании в сфере малого бизнеса

Секция 2. Искусственный интеллект в цифровом обществе

- Галактионова П. В., Степанов М. А.** Влияние технологий искусственного интеллекта на видеомаркетинг
- Емельянов С. М.** Информация как энергетическая субстанция в современных трендах цифровых коммуникаций
- Колесникова В. С., Ишанова А. К.** Медиадизайн будущего: как ИИ меняет лицо современной журналистики
- Кулюдина А. С., Чибисова Е. А.** Технологии искусственного интеллекта в создании визуального контента для продвижения брендов
- Прядко Д. С., Рассохина И. Ю.** Интернет-мемы как инструмент продвижения бренда
- Пыхтеева Д. Д., Ковалева А. А.** Искусственный интеллект как инструмент продвижения ресторанного бизнеса
- Сафиуллина Д. М., Кривонос А. Д.** Роль инструментов digital-продвижения для малого бизнеса

Секция 3. Инструменты цифровых коммуникаций

- Артеага А. Э., Стаурская Н. В.** DOI Индекс как цифровой инструмент валидации экспертности (*Arteaga A. E., Staurskaya N.V. DOI Index as a Digital Tool for Validating Expertise*)
- Афанасов А. С., Новикова А. М., Данилова Н. И.** Специальные мероприятия как технология продвижения в условиях цифровизации
- Баранов М. А., Борисова Е. С.** Видеоконтент как средство продвижения для радиостанции
- Виноградова К. Е., Стрельбицкая А. А.** UGC-контент в продвижении туристических услуг (на примере курорта «Роза Хутор»)
- Кадесникова Е. С., Сафонова А. С.** Геймификация контента как инструмент цифрового маркетинга: тенденции и проблемы внедрения
- Ким Я. И., Кожевникова Д. В., Бразевич Д. С.** Влияние социальных сетей на формирование бренда компании
- Кольца М. В., Воспитанник И. В.** Современные инструменты продвижения косметических брендов
- Медведников С. А.** Применение инструментов цифровизации в событийной коммуникации
- Миносянц С. В., Жукова Г. А.** Современные цифровые технологии продвижения компании на российском рынке (на примере АО «Melon Fashion Group»)
- Окладникова К. Д., Пряхина А. В.** Цифровые инструменты в развитии социальной ответственности бизнеса сферы розничной торговли
- Попкова А. О., Вострикова И. Ю.** Интернет-продвижение компании на рынке B2B на примере ООО «Комминт»
- Свиридов Н. Н., Бомбин А. Ю.** Корпоративный блог как инструмент SEO в IT-сфере
- Чижик А. В.** Модели мотивации к использованию городских цифровых сервисов как инструмент территориального имиджмейкинга

Секция 4. Брендинг в условиях цифровизации

Аксенов К. В., Хромова А. А. Цифровая идентичность кафе-кондитерской: создание запоминающегося бренда в онлайн-пространстве

Александрова И. Ю., Щелканова А. С. Анализ феномена виртуальной реальности как инструмента бренд-коммуникаций в цифровой среде

Бердникова С. С., Смирнова А. А. Особенности разработки цифрового контента для продвижения брендов галерей в России и за рубежом

Кармалова Е. Ю., Крюкова М. О. Исследование эффективности колористики и визуальной айдентики брендов

Лексукова А.Е., Борисова Е. С. Социальные сети и мессенджеры как инструмент формирования бренда малого бизнеса в эпоху цифровизации

Матвеева П. А., Кармалова Е. Ю. Исследование семантики геометрических форм в визуальной айдентике брендов

Подхватилина А. Р., Лачина А. В. Специфика продвижения брендов гольф-клубов в digital-пространстве (на примере гольф-клубов Санкт-Петербурга)

Сыркина А. Н. Toy culture в брендинге

Секция 5. Цифровые коммуникации в отрасли

Аксенов К. В., Михалко К. С. Особенности цифровых коммуникаций благотворительных организаций

Егорова П. В., Ковалева А. А. SERM-технологии как часть управления цифровой репутацией для медицинских учреждений

Новохацкая Д. С., Смирнова А. А. Цифровые коммуникации в сфере культуры и искусства (на примере Arts Square Gallery)

Савельева И. Ю., Петрова П. Д. Особенности цифровых коммуникаций в индустрии элитарного спорта

Семенова Л. М., Шурыгина М. М. Цифровые инструменты продвижения концертов (на примере группы компаний NCA)

Сорокина А. Д., Соколова Е. А. Цифровые технологии как средство формирования корпоративного имиджа в металлургической отрасли

Якименко Д. С., Вострикова И. Ю. Современные инструменты цифрового продвижения компаний на мебельном рынке РФ

Секция 6. Креативные индустрии как драйвер брендинга в цифровую эпоху

Мухина О. С., Олешко В. Ф. Брендинг цифровой эпохи: от личности к инновациям

Первушина Э. В. Усиление геобренда Санкт-Петербурга как культурной столицы за счет нарративных приёмов

Сосновская А. М., Гвоздик А. Г. Культурная память и идентичность в контексте ребрендинга Янтарной комнаты

Шамина О. А., Шарапова О. А. К вопросу об использовании искусственного интеллекта в медиабрендинге

Шилина М. Г. Креативные индустрии Москвы: трансформации цифровой кластеризации