



АКАДЕМИЯ  
МУБЧНТ



Демидовский  
университет



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ (ФРАНЦИЯ)  
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ЯРОСЛАВЛЬ)  
ЯРОСЛАВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ П. Г. ДЕМИДОВА  
ЯРОСЛАВСКИЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ

## **ПРОГРАММА**

**XI Международной  
научно-практической конференции**

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

**28 февраля 2025 года, Санкт-Петербург  
3-4 марта 2025 года, Ярославль**

## Организационный комитет

**Горбашко Елена Анатольевна** – д-р экон. наук, профессор, проректор по научной работе Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ), *сопредседатель*

**Кривонос Алексей Дмитриевич** – д-р филол. наук, профессор, зав. каф. рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ), *сопредседатель*;

**Иванов Сергей Валерьевич** – канд. экон. наук, доцент, ректор Международной Академии бизнеса и новых технологий (МУБиНТ, Ярославль); *сопредседатель*;

**Берендеев Михаил Владимирович** – канд. социол. наук, доцент Балтийского федерального университет им. И. Канта;

**Данилова Наталья Ильинична** – канд. социол. наук, доцент каф. рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ;

**Кармалова Елена Юрьевна** – д-р филол. наук, профессор каф. рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ;

**Лебедева Татьяна Юрьевна** – д-р филол. наук, профессор, директор международных программ Европейского института PR (IEERP, Париж, Франция);

**Полывяная Марина Игоревна** – заведующий отделом Ярославского художественного музея «Культурно-просветительский и выставочный центр “Русский музей – Ярославль”», специалист по связям с общественностью и СМИ;

**Степанов Валентин Николаевич** – д-р филол. наук, профессор, зав. каф. массовых коммуникаций, проректор по управлению знаниями Международной Академии бизнеса и новых технологий (МУБиНТ, Ярославль);

**Фролов Роман Михайлович** – канд. ист. наук, доцент, декан исторического факультета ЯрГУ им. П. Г. Демидова;

**Бомбин Андрей Юрьевич** – канд. экон. наук, ст. преподаватель каф. рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ, *ученый секретарь*.

## Сессия 1: Санкт-Петербург, 28 февраля



### Пленарное заседание 1. Актуальные проблемы современного геобрендинга

СПбГЭУ, наб. канала Грибоедова, д. 30/32, ауд. 3033

12:40-14:10

Ссылка: [https://webinars.unecon.ru/j/3646/branding\\_plenarnoe1](https://webinars.unecon.ru/j/3646/branding_plenarnoe1)

**Модератор** – *Кривоносов А.Д.*, д-р филол. наук, проф.

#### Приветствия

*Горбашко Е.А.*, д-р экон. наук, проф., проректор по научной работе

*Пруцких А.А.*, канд. филол. наук, декан гуманитарного факультета

#### Доклады (12 мин.)

*Кривоносов А.Д. (СПбГЭУ), Лебедева Т.Ю. (IEERP, Paris)* Цифровизация, медиатизация, визуализация, эмоционализация как драйверы современного брендинга

*Каверзин И.Л. (Владимир)* Территориальный брендинг в эпоху Туризма 3.0: стратегии управления эмоциональным капиталом и цифровым взаимодействием

*Берендеев М.В., Соколов Н.Р. (БФУ им. Канта, Калининград)* «Smart-города» как концепты формирования территориальных брендов в государственном управлении при помощи искусственного интеллекта (на примере Москвы, Санкт-Петербурга, Калининграда)

*Захарова М.В. (РАНХиГС, Москва)* Территориальный брендинг как основа развития региональных рынков услуг туризма и гостеприимства (*онлайн*)

*Федотова Н.Г. (НовГУ им. Ярослава Мудрого, Великий Новгород)* Бренд как способ трансляции культурного кода города

*Шилина М.Г. (РЭУ им. Г.В. Плеханова, Москва)* Креативные индустрии в живом городе: актуальная специфика ДНК бренда территории в регенеративной парадигме



### Панельная дискуссия. Коммуникационные технологии современного брендинга

СПбГЭУ, наб. канала Грибоедова, д. 30/32, ауд. 3033

14:30-16:10

Ссылка: [https://webinars.unecon.ru/j/3646/branding\\_discussiia](https://webinars.unecon.ru/j/3646/branding_discussiia)

**Модератор** – *Кармалова Е.Ю.*, д-р филол. наук, проф.

#### Доклады (9 мин.)

*Багдасарян Д.А. (СПбГЭУ)* Цифровой брендинг территорий и технологии защиты социального капитала

*Заварзина Д.Д., Максименко И.В. (СПбГУП)* Специальные мероприятия как ресурс привлечения молодежной аудитории к бренду работодателя (на примере Фонда Росконгресс) (*онлайн*)

*Чернов М.Д. (Продюсерский центр WEXECOM, Владимир)* Соотношение событийных и территориальных брендов: роль фестивалей в укреплении идентичности места и развитии «музыкального туризма»

*Курганова Е.Б. (Воронежский государственный университет)* ИИ как драйвер трансформации российских брендов в секторе В2С (**онлайн**)

*Прудская А.Ю. (Navicon, СПб)* Как целостность визуального брендинга способствует росту бизнеса

*Чернявская И.Ю. (СПбГЭУ)* Бренд-медиа как эффективный репутационный инструмент

*Артемчук А.С., Морозова Н.И. (Донецкий нац. ун-т экономики и торговли)* Множество брендов: стратегия и проблема «избыточного выбора» для потребителей

*Дымов Р.А. (психолог, СПб)* Важность развития профессионального бренда психолога с учетом высокой конкуренции на рынке психологических услуг

*Жилина А.В. (СПбГУПТиД), Смолякова А.А. (СПбГЭУ)* Арт-коммуникации брендов в свете теории полового отбора Чарльза Дарвина

*Гудкова Е.А. (СПбГЭУ)* Видеоконтент как инструмент брендинга

*Шашкина А.С. (СПбГЭУ)* Бренд-менеджмент сегмента премиальных товаров для дома: успешные кейсы российского рынка

*Шарапова А.В. (СПбГЭУ)* Бренд-менеджмент компании сферы декора интерьера (на примере ООО «БОКА»)

## Сессия 2: Ярославль, 3-4 марта

**3 марта**

### Студенческий воркшоп-3 «Брендинг территории»

**11.00** Открытие, Культурно-выставочный центр Русского музея в Ярославском художественном музее, Волжская наб., д. 23

*Участники воркшопа:* студенты БФУ имени И. Канта; куратор доц. Берендеев М.В.; МУБиНТ, куратор проф. Степанов В. Н., СПбГЭУ, куратор ст. преп. Смирнова А.А.; ЯрГУ, куратор доц. Федоров С. Ю.

*11:00-11:30 – регистрация участников конференции (холл аудитории 415)*



### Пленарное заседание 2.

Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ), ул. Советская, д. 80, ауд. 415

**11:30-13:00**

### Модераторы:

*Кривоносов А.Д.*, зав. каф. коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ, д-р филол. наук. проф.

*Степанов В.Н.*, проректор по управлению знаниями Академии МУБиНТ, д-р филол. наук. проф.

### Приветствия

*Иванов С.В.*, ректор Академии МУБиНТ, канд. экон. наук, доцент

*Максимцев И.А.*, ректор СПбГЭУ, д-р экон. наук, профессор

*Шишкина М.А.*, член Высшего экспертного совета Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО), депутат Законодательного собрания Санкт-Петербурга, д-р социол. наук, профессор

*Юнусов Д.Р.*, министр социальных коммуникаций и научно-технологического развития Ярославской области (по согласованию)

### Доклады (12 мин.)

*Киуру К.В., Линьков С.В. (ЧелГУ)* Эмоциогенность как тренд современного брендинга

*Фролов Р.М., Данилов Е.С., Куликов В.В. (ЯрГУ)*. Барс и князь: формирование нового образа исторического факультета в современных условиях

*Дианова Ю.В., Дианов С.А. (ПНИПУ, Пермь)* Культуротворчество и креативное действие поселенческих общностей в сценариях территориального брендинга

*Сапрыкина Н.С. (МУБиНТ)* Специфика размещения памятных знаков на территории города в контексте геобрендинга (на примере г. Ярославля)

Презентация специальной литературы Издательского Дома «Питер»: нач. пресс-службы, канд. филол. наук *Шевченко А.С.*

**13.00 – обед (столовая Академии МУБиНТУ, 2 этаж)**



## Секция 1. Феноменология брендинга

Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ),  
ул. Советская, д. 80, ауд. 416

14:30-17:30

**Модератор:** *Степанов В.Н., проректор по управлению знаниями Академии МУБиНТ, д-р. филол. наук., проф.*

### Доклады (9 мин.)

*Шилина М.Г. (РЭУ им. Г.В. Плеханова)* Брендинг креативного города: параметры эффективности

*Чибисова Е.А. (СПбГЭУ)* Экологический брендинг в обеспечении устойчивого развития территорий

*Бугаева И.В. (МГУ им. А.Н. Косыгина)* Лендинг как эффективный инструмент личного брендинга гида

*Пряхина А.В. (СПбГЭУ)* Корпоративный музей в контексте территориального культурного брендинга

*Семенов Ю.В. (СПбГЭУ)* Роль digital-технологий в создании и продвижении фирменного стиля малого бизнеса

*Барлова Ю.Е. (МУБиНТ)* «Имеем право!»: региональный опыт брендинга в сфере государственного управления

## Секция 2. Коммеморативные практики как ресурс геобрендинга



Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ),  
ул. Советская, д. 80, ауд. 415

14:30-17:30

**Модератор:** *Сапрыкина Н.С., докт. архитектуры, зав. каф. градостроительства Академии МУБиНТ, доц.*

*Марасанова В.М.* Новые направления сохранения, изучения и презентации историко-культурного наследия: проект «Святитель Николай. Ярославское наследие»

*Боева Г.Н. (СПбГУПТиД)* «Что в имени тебе моем?»: коммеморативные практики и культ А. С. Пушкина как петербургского гения места (онлайн)

*Ахметова Д.Р. (ВШЭ), Курлов А.В. (МИИГАиК), Сазонова Л.Д. (ВШЭ)* Топонимы как инструмент брендинга джентрифицированных территорий (на примере полуострова ЗИЛ)

*Глухова А.Д., Зинякова А.С., Сапрыкина Н.С. (МУБиНТ)* Коммеморативные практики в контексте геобрендинга Ярославля

*Емельянов А.С. (МУБиНТ)* «Колумб Арктики - Иван Папанин» как политический бренд в контексте геобрендинга Ярославии

*Скворцов А.М. (СПб Ин-т истории РАН)* Истоки коммерческого брендинга в России: «Взгляд на московские вывески» Ф. Дистрибуенди (1836)

*Соболева Н.Ю., Старшова А.П. (ЯГПУ)* Образ Александра Невского в контексте геобрендинга (Переславль-Залесский)



Демидовский  
университет

### Секция 3. Территориальный брендинг и брендинг туристических дестинаций

ЯрГУ, ул. Советская, д. 14, ауд.

**14:30-17:30**

**Модератор:** *Фролов Р.М.*, канд. ист. наук, доц., декан; *Федоров С.Ю.*, канд. ист. наук, доц.

Презентация специальной литературы Издательского Дома «Питер» по истории, коммуникациям, брендингу, туризму: нач. пресс-службы, канд. филол. наук  
*Шевченко А. С.*

#### **Доклады (9 мин.)**

*Данилов А.Ю. (ЯрГУ), Иванова И.Е. (ООО «Локус консалтинг групп)* Культурное наследие как основа брендинга туристических дестинаций

*Бабаева А.А. Малыгина А.М. (МГИМО)* Роль брендинга в раскрытии туристического потенциала российских городов

*Панфилова З.А., Артикула М.Д., Пупышева И.Н. (ТюмГУ, Тюмень)* Брендинг Тюмени через узоры тюменского ковра

*Попов Г.Е., Сурков А.Н. (РУДН)* Оценка эффективности туристического брендинга регионов Южного федерального округа

*Даньшина Н.А., Шемельфейнинг М.Д. (СПбПУ)* Территориальный брендинг: правовая охрана и продвижение региональных брендов как объекта туристического интереса

*Баруздина Д.М., Витальская В.В., Соболева О.В. (МУБиНТ)* ООО «Волга-групп» в контексте геобрендинга Ярославской области

*Кузьмичев А.В. (ЯрГУ)* Бренд Ярославля как города трудовой доблести

*Тихомиров Н.В. (ЯрГУ)* Вуз как компонент брендинга территорий (на примере Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова)

*Федоров С. Ю. (ЯРГУ)* От бренда проекта к бренду региона? Опыт реализации проекта «ЯАвтобус» по брендированию общественного транспорта в Ярославской области

*Харитонов Г.П. (ЯрГУ)* «Чайка»: история товарного знака и региональная специфика его использования в Ярославской области

4 марта

10:00 – пешеходная экскурсия по Ярославлю (Советская площадь, у стоянки автомобилей)



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

Ярославский художественный музей, Волжская наб., д. 23

12:30-13:30

**Модератор** – *Степанов В.Н.* д-р филол. наук, профессор, проректор Международная академия бизнеса и новых технологий

**Доклады (8 мин.)**

*Капустина Ю.Е. (Ярославский музей-заповедник)* Юбилей как повод для брендинга в сфере культуры на примере Ярославского государственного историко-архитектурного и художественного музея-заповедника

*Смородина В.А. (СПбГУГА)* Коммуникационное продвижение бренда оперного театра

*Молчанова М.С., Потапова С.Ю. (МУБиНТ)* Социальные практики Ярославского художественного музея сквозь призму геобрендинга

*Новожилова Д.А., Данилов А.Ю. (ЯрГУ)* «Первый Русский». Больше, чем бренд...

*Плишина И.С. (Музей им. В. Ю. Орлова)* Коммуникационная стратегия молодого частного музея в контексте музейного брендинга: Музей им. В. Ю. Орлова в Ярославле

*Польвяная М.И. (ЯХМ)* Проект Ярославского художественного музея «Дом в разрезе» в контексте геобрендинга: живопись – порталы – сериалы – посвящения

*Степанов В.Н. (МУБиНТ)* Управление социальными практиками учреждений культуры в контексте иммерсивного геобрендинга



#### Финальная сессия

Ярославский художественный музей, Волжская наб., д. 23

14:30-16:00

**Модератор:** *Кривоносов А.Д.*, зав. каф. рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ, д-р филол. наук. проф.

Результаты работы секций (*сообщения руководителей – до 5 минут*)

Результаты работы студенческого воркшопа «Брендинг малой территории» (БФУ им. И. Канта, СПбГЭУ, МУБиНТ, ЯрГУ им. П.Г. Демидова): презентация проектов

Экскурсия по Ярославскому художественному музею

## Стеновые доклады

### **Трек 1: БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ И ТУРИСТИЧЕСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

*Андреев Е.А., Бомбин А.Ю.* Территориальный брендинг как инструмент повышения конкурентоспособности: опыт и перспективы

*Ащеулов Д.Д., Степанов В.Н.* Медиакомпетентность молодежи как ресурс геобрендинга

*Багдасарян Д.А., Степанова У.А.* Локальная идентичность в визуальной айдентике туристических брендов территорий России

*Бедина Н.Н., Калганова А.А.* Брендбук Архангельской области как современный инструмент трансляции значимых ценностей региона

*Быков В.М., Шинакова Н.Ю.* Роль ключевых факторов успеха в механизме формирования брендинга территорий

*Горбенко Т.Д., Смолина Е.Г.* Архетипы как инструмент брендинга: опыт волгоградских компаний

*Дегтярева А.В., Череднякова А.Б.* Экологический брендинг: мероприятия и стратегические шаги по внедрению (на примере Челябинской области)

*Жиркова М.В.* Динамика появления и направленность брендинга территорий субъектов Российской Федерации

*Кафтанджиев Хр.* Брендинговые знаки и коммуникационные стратегии: семиотические аспекты

*Кузьмичева Л.О.* Особенности геобрендинга и коммеморативных практик для маленьких поселений: может ли быть полезен зарубежный опыт?

*Щукина М.А., Федотова М.В.* Деятельность ООО «Сарафан. Рекламное агентство» в контексте геобрендинга Вологды

### **Трек 2. БРЕНДИНГ В БИЗНЕСЕ**

*Антропова А.Д., Рассохина И.Ю.* HR-бренд как подсистема общего бренда компании

*Беликова А.Д., Чибисова Е.А.* Роль брендинга в коммуникациях B2B-компаний: тенденции и технологии

*Бразевич Д.С., Полонейчик А.О.* Использование коммуникационных инструментов для построения бренда организаций дополнительного образования

*Виноградова К.Е.* Морфологическая трансформация брендов

*Вострикова И.Ю.* Russian Fish – сфера усиления бренда России на рынке КНР

*Горбунова Я.С., Пряхина А.В.* Брендинг в сфере розничной торговли: тренды и перспективы

*Гусева А.Е., Савельева И.Ю.* Особенности продвижения бренда ортопедических товаров на маркетплейсах

*Данилова Н.И., Комасова Я.Д.* Коммуникационное продвижение бренда коммерческих образовательных организаций

*Захарова А.В., Сайфутдинов Г.М.* Стратегии брендинга и бренд-менеджмента как определяющий фактор развития бренда (на примере российского бренда Mr. Djemius Zero)

*Исакова В.С., Чернявская И.Ю.* Особенности брендинга в банковской сфере

*Кобякова О.С., Чибисова Е.А.* Специфика брендинга и продвижения хенд-мейд продукции

*Мосеева Е.Д., Рассохина И.Ю.* Пользовательский контент (UGC-контент) как инструмент продвижения бренда малого бизнеса

*Петрова П.Д., Савельева И.Ю.* Влияние стереотипа элитарности на формирование бренда гольф-клуба

*Прокофьев Ф.М., Кривоносов А.Д.* Особенности брендинга в сегменте люкс

*Прохоров А.В.* Управление репутацией бренда (на примере медицинских учреждений)

*Пряхина А.В., Рыжкина А.Ю.* Актуальные инструменты брендинга в сфере ресторанного бизнеса

*Соколова Е.А., Улеско А.С.* Аптечный бизнес в малых городах: технологии успешного брендинга

*Степанов Г.Р.* Брендинг как инструмент привлечения персонала для работы в ветеринарной клинике

*Червяков С.С.* Сила бренда как основа комьюнити-маркетинга: анализ автомобильных и мотосообществ

### **Трек 3. ФОРМАТЫ И ТЕХНОЛОГИИ СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В БРЕНДИНГЕ**

*Аксенов К.В., Бездушная К.Р., Марусина А.Е.* Роль искусственного интеллекта в персонализации бренда в социальных сетях

*Александрова М.Д., Бичун Ю.А., Волкова Д. Н.* UX/UI-дизайн в брендинге IT-стартапов  
*Бердникова С.С., Смирнова А.А.* Особенности представления брендов учреждений культуры и искусства в цифровом пространстве (на примере Arts Square Gallery)

*Гурьева А.О., Соколова Е.А.* Сетевые коммуникации как фактор брендинга в спортивной сфере

*Клименко А. А., Семенова Л.М.* Особенности SMM-стратегии продвижения бренда на рынке стоматологических услуг

*Медведева А.Д., Бомбин А.Ю.* Технологии API в интеграции омниканальных платформ бренда: создание бесшовного пользовательского опыта

*Решеткина М.А., Семенова Л.М.* Диджитал-брендинг банка через социальные сети: стратегии взаимодействия с аудиторией

*Сафиуллина Д.М., Семенов Ю.В.* Роль digital-технологий в создании и продвижении фирменного стиля малого бизнеса

*Старшова М.В., Аверина М.Н.* Новые медиа в обучении РКИ как ресурс иммерсивного геобрендинга

### **Трек 4. ФЕНОМЕНОЛОГИЯ БРЕНДИНГА: ТРЕНДЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ ИССЛЕДОВАНИЙ**

*Большакова Д.И., Жаравина М.Ю., Сыркина А.Н.* Формирование семейного бренда на примере яхт-клуба «Горская»

*Виноградова К.Е., Стрельбицкая А.А.* Эмоциональный брендинг: концепция «Точки гармонии» термального курорта

*Гречанюк А.А., Захарова А.В.* Технология гострайтинга и ее специфика в различных сферах деятельности

*Давыденко Е.А.* Галереи как инструмент продвижения личного бренда художника на арт-рынке

*Данилова Н.И. Жукова Г.А.* Искусственный интеллект в создании бренда: может ли заменить человека в создании бренда?

*Журавлев Н.А., Иванов С.В.* Управление персональным брендом ректора Международной академии бизнеса и новых технологий (МУБиНТ) в условиях социальных сетей

*Змазнева О.А., Пителинский К.В.* Оптимизация взаимодействия вуза с абитуриентами: разработка и брендинг мобильной Робочерепахи

*Каверзин И.Л., Рыбакова Ю.Л.* Трансформационная экономика как эволюционный сегмент экономики впечатлений: роль персонального брендинга;

*Каменев Е.С.* Классификация наименований брендов на английском языке с точки зрения лингвомаркетинга и брендинга

*Кармалова Е.Ю., Коновалова Е.А., Провоторова Е.И.* Неймы и словесные товарные знаки: сходство и различие

*Коваленко Е.В., Корнилова Е.Е.* Роль регионального телевидения в продвижении локальных брендов

*Медведников С.А.* Благотворительная регата как инструмент событийного брендинга в клубном спорте

*Сивова Т.В., Строк Н.В.* Потенциал цвета в коммуникации туристических агентств г. Минска

*Новохацкая Д.С., Смирнова А.А.* Образ музея «Зеркальная комната Анны Павловой» в Образ музея «Зеркальная комната Анны Павловой» в специфике цифрового продвижения бренда галереи «Arts Square Gallery»