



Брендинг как коммуникационная технология XXI века

Программа

IX международной научно-практической конференции
27 февраля - 2 марта 2023



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ (ПАРИЖ, ФРАНЦИЯ)
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ БИЗНЕСА И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (МУБИНТ, ЯРОСЛАВЛЬ)
ПСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (МИНСК, БЕЛОРУССИЯ)

ПРОГРАММА

**IX Международной
научно-практической конференции**

**БРЕНДИНГ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ
ТЕХНОЛОГИЯ XXI ВЕКА**

**27-28 февраля 2023 г., Санкт-Петербург
1-2 марта 2023 г., Псков**

СЕССИЯ 1

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,
27-28 ФЕВРАЛЯ (ОНЛАЙН)

27 февраля, 12:30 – Открытие Сессии 1

Приветствия

Максимцев И.А., д. э. н., профессор, ректор СПбГЭУ

Пруцких А.А., к. филол. н., декан гуманитарного факультета СПбГЭУ

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ

«Коммуникационные технологии современного брендинга»

Модератор: *Кривоносов А.Д.*, д. филол. н. проф.

Сообщения (регламент до 12 мин.):

Кривоносов А.Д. (СПбГЭУ), Лебедева Т.Ю. (МГУ, IEERP, Paris) Аттракторы и модели современного геобрендинга

Берендеев М.В. (БФУ, Калининград) Цифровой геобрендинг как развитие новых форм PR-коммуникаций в российских регионах

Зверева Е.А. (ТГУ им. Г.Р. Державина, Тамбов) Ситуативный ребрендинг отечественного глянца

Луппо О.Л., Табелова О.П. (СПб КГУ Центр архивных документов) Подготовка IT-специалистов в системе СПО как фактор брендинга Санкт-Петербурга в сфере цифровизации

Соколова Е.А. (СПбГЭУ) Социально-культурные центры как ресурс формирования территориального брендинга

Шкляр Т.Л. (РЭУ им. Г.В. Плеханова) Ароматизация музеев и галерей как инновационная стратегия брендинга в сфере культуры

Стендовые доклады

Трек 1: БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ

Ашенова С.В. (МУИТ, Казахстан) Влияние имиджа на формирование бренда государства

Будникова Н.С. (БГСХА) Территориальный брендинг как инструмент развития села (на примере Республики Бурятия)

Глотов Д.С. (ЛГТУ) Экистическая функция бренда территории

Кащук А.А. (СПбГЭУ) Территориальный брендинг: концепция продвижения бренда города

Колик А.В. (БГУ, Минск) Тренды коммуникации города Минска

Кудрявцева М.Е. (СПбГЭУ) Образ жертвы как компонент бренда города-героя

Никифоров О.Н., Песля Д.Г. (БГУ, Минск) Историко-культурное наследие как основа брендинга территорий (на примере России и Белоруссии)

Попова О.И. (УрГЭУ, Екатеринбург) Геобренд региона как фактор

привлечения иностранных студентов

Савельева И.Ю. (СПбГЭУ) Особенности брендинга малых городов России

Смеюха В.В. (ЮФУ) Использование массмедиа в брендинге курортных территорий

Солодовникова Т.В. (БГУ, Минск) Территориальный брендинг в Республике Беларусь: status quo

Швед Н.Г. (МГПУ, Москва) Стратегии продвижения территорий как инструмент развития внутреннего туризма

Шилина М.Г. (РЭУ им. Г.В. Плеханова) Ценности как нормативное основание брендинга российской территории в контексте кризиса

Vakaeva E.N., Zubko D.V. (СПбПУ Петра Великого) Promotional videos in positioning the national brand of the Republic of Korea (using the example of presentation videos of the international exhibition World Expo 2030, Busan)

Трек 2. БРЕНДИНГ КОММЕРЧЕСКИХ И НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Бомбин А.Ю. (СПбГЭУ) К вопросу об особенностях брендинга на рынках Ближнего Востока и Северной Африки (MENA)

Данилова Н.И., Жукова Г.А. (СПбГЭУ) Продвижение бренда в восточных странах

Жигулева М.А. (СПбГТИ) Влияние брендинга на формирование спроса в условиях глобального ухода иностранных брендов с российского рынка

Захарова М.В. (РАНХиГС) Брендинг как инструмент продвижения на российском рынке туристических услуг

Корнилова Е.Е. (СПбГЭУ) Ребрендинг и айдентика телевизионных каналов: актуальные проблемы и специфика

Курганова Е.Б. (ВГУ, Воронеж) Развитие лояльности потребителей в условиях турбулентности: как удержать устойчивость бренда

Прохоров А.В. (ТГУ им. Г.Р. Державина, Тамбов) Ребрендинг российских вузов: причины и основания

Чижик А.В. (СПбГЭУ), Егоров М.П. (Ун-т ИТМО), Погребной Д.А. (Ун-т ИТМО) Роль чат-ботов в построении коммуникации с брендом: автоматизация пути клиента с помощью интеграции модуля обработки естественного языка

Трек 3. ФЕНОМЕНОЛОГИЯ БРЕНДИНГА

Аксенов К.В. (СПбГЭУ) Фирменный стиль в условиях приобретения бизнеса

Александрова И.Ю. (ГУУ) Анализ проблемы коммуникативной эффективности имени геобренда

Виноградова К.Е., Воронина О.В. (СПбГЭУ) Журналисты-блогеры в системе инфлюенс-маркетинга

Вострикова И.Ю. (СПбГЭУ) Специфика слоганов в брендинге территорий (на материале англоязычных туристских слоганов)

Грушевская В.Ю. (УрФУ) Основные показатели онлайн репутации

культурного бренда

Ишанова А.К. (ЕНУ им. Л. Гумилева, Казахстан), Сулейменова А.Э. (КРУ им. А. Байтурсынова, Казахстан) Формирование традиции документального фильма в России и авторский бренд режиссера

Кармалова Е.Ю., Федюшкина А.В. (СПбГЭУ) Современное состояние изучения визуального аспекта брендинга: существующие подходы и методы анализа

Карпова Е.А. (СПбУПТиД) Формирование семантического поля восприятия бренда на этапе его создания

Лобовикова Е.А. (ЛГПУ, Луганск) Лингвистическое сопровождение брендинга (на примере средств художественной выразительности в рекламных текстах ЛНР)

Рыбка К.В. (БГУ, Белоруссия) Специфика применения ботов в брендинге медиаресурсов

Сыркина А.Н. (СПбГЭУ) Моушен-дизайн в медиакультуре: волшебство в движении или оживление образов бренда

Усова Е.В. (АГУ им. В.Н. Татищева) Фирменный стиль как идентификатор бренда

Чибисова Е.А. (СПбГЭУ) Брендинг как коммуникационная услуга

28 февраля, 14.30-16.00

Секция 2. Брендинг в исследованиях молодых исследователей (онлайн)

Модератор: *Пряхина А.В., к. филос. н., доц.*

Ануфрий К.В., Виноградова В.Ю. (СПбГЭУ) Брендинг музеев: исследование молодежных предпочтений

Баландина Я.В. (МГУ) Марракеш: креативные индустрии в формировании урбан-сторителлинга территориального бренда

Безухова В.Ю. (СПбГЭУ) – студентка направления «РиСО» СПбГЭУ;

Болтенко Н.О., Жигалова Е.А., Родина Ю.А. (СПбГЭУ) Развитие сенсорного брендинга в эпоху диджитализации

Катрашова Ю.В. (СПбПУ) Роль креативных индустрий в формировании бренда территории

Коковина Д.Д. (СПбГЭУ) Корпоративный календарь как инструмент брендинга

Косовова М.С. (ТГТУ) Фестиваль как инструмент культурного брендинга (на примере фестиваля «Модерн» г. Тамбов)

Леванович С.А. (СПбГЭУ) Роль фирменного стиля в коммуникации бренда с общественностью

Лисицына И.А., Маланин М.О. (СПбУТУиЭ) Персональный бренд как инструмент продвижения в агробизнесе

Пахомова В.К. Трансформация имиджа пост-франкистской Испании: технологии странового ребрендинга (МГУ им. М.В. Ломоносова)

Шерне А.С. (СПбГЭУ) Стимулирующая программа «Приведи друга» как инструмент формирования HR-бренда (на примере АО НПК «Северная

Заря»)

Ширяева К.О. (СПбГЭУ) Корпоративные коммуникации в развитии бренда компании

Стендовые доклады:

Альмов В.С. (СПбУТУиЭ), Аникина Г.Р. (СПбГЭУ), Баженова А.Р. (ТГУ им. Г.Р. Державина), Беляева В.А. (СПбГЭУ), Борзов С.В. (СПбГЭУ), Боровской С.В. (СПбГЭУ), Варламова В.С. (СПбГЭУ), Веренич Д.В. (СПбГЭУ), Вингерт А.С. (СПбГЭУ), Волкова У.Д. (СПбГЭУ), Воронова М.С. (СПбГЭУ), Гайков И.В. (СПбУТУиЭ), Морозова У.А. (СПбГЭУ (СПбТУиЭ), Грубер А.А. (СПбГЭУ), Демиденко А.В. (СПбГЭУ), Дмитриева Е.Д. (СПбГЭУ), Дьякова А.Д. (СПбГЭУ), Еремина А.И. (СПбГЭУ), Зиновьева А.Е. (СПбГЭУ), Иванова Е.С. (СПбГЭУ), Кадырова Ю.О. (СПбГЭУ), Каптял А.П. (СПбГЭУ), Клиновская Д.Ю. (СПбГЭУ), Колмогорова А.С. (БГСХА, Улаг-Удэ), Корсакова Ю.В. (СПбГЭУ), Кулюдина А.С. (СПбГЭУ), Кузнецова А.И. (ЮФУ), Лачинова Э.Р. (СПбГЭУ), Лыскова А.С. (СПбГЭУ), Нарцин А.Д. (СПбГЭУ), Нор В.О. (СПбГЭУ), Панафидина Т.М. (СПбТУиЭ), Потапов В.М. (СПбГЭУ), Савицкая А.В. (СПбГЭУ), Санникова Т.А. (СПбГЭУ), Сафарова А.Г. (СПбГЭУ), Семенов Ю.В. (СПбГЭУ), Скогорева Д.С. (ВГУ), Смирнова Д.В. (СПбГЭУ), Смотров Д.Д. (СПбГЭУ), Торкина Д.О. (СПбГЭУ), Уразова П.С. (СПбГЭУ), Фунина В.И. (СПбГЭУ), Хатамова Э. (МПУ), Чаевская П.Д. (СПбГЭУ), Шапиро Д.М. (СПбГЭУ), Эльясов А.А. (РУДН, Москва), Яшина П.А. (СПбГЭУ).

СЕССИЯ 2

ПСКОВ, 1-2 МАРТА ПСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (ПЛ. ЛЕНИНА, Д. 2)

12.00-12.30: регистрация участников конференции

12.30: Актовый зал. Открытие конференции.

Приветствия

Ильина Н.А., ректор ПсковГУ, д-р биол. наук, профессор

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

Ведерников М.Ю., губернатор Псковской области

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

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ 1: 12.50 – 14.20

Модераторы: *Кривоносов А.Д.*, зав. каф. коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ, д-р филол. наук. проф., *Капитанова Л.А.*, профессор кафедры филологии, коммуникаций и русского языка как иностранного ПсковГУ, д-р. филол. наук. проф.

Доклады (регламент до 12 мин.)

Чумиков А.Н., д-р полит. наук, профессор, профессор Российского

университета дружбы народов, генеральный директор коммуникационного агентства «Международный пресс-клуб. Чумиков ПР и консалтинг» (Москва): *Ситуативные основания для репутационного менеджмента и брендинга российских регионов*

Семенова Л.Г., начальник Управления по связям с общественностью и СМИ ООО «Газпром Межрегионгаз» (Санкт-Петербург) *Газификация России как приоритетная государственная задача. Новая коммуникационная стратегия*

Кайзер Гунтрам, директор коммуникационного агентства «KaiserKommunikation» (Берлин): *Брендинг территорий в Германии: Федеративной республики, федеральных земель, городов и муниципалитетов*

Разумовская А.Г., д-р филол. наук, профессор кафедры филологии, коммуникаций и русского языка как иностранного ПсковГУ, руководитель Научно-просветительского центра русского языка и культуры имени профессора Е.А. Маймина ПсковГУ: *Локальная мифология как основа имиджа Пскова*

Степанов В.Н. д-р филол. наук, профессор, проректор Международного института бизнеса и новых технологий (МУБИНТ, Ярославль): *Иммерсивный брендинг территорий*

14.30 – 15.00: обед (столовая ПсковГУ, 2 этаж)

15.00 – 15.20: экскурсия по главному зданию ПсковГУ

15.30 – 17.00: Секционные заседания (регламент – 10 мин.)

Секция 1. Актуальные проблемы и эффективные технологии геобрендинга. Ауд. 312

Модераторы: *д.ф.н. проф. А.Д. Кривоносов (СПбГЭУ), В.Н. Степанов (МУБиНТ, Ярославль)*

Агапов А.И. (ЮУр ГГПУ, Челябинск) Охраняемые природные территории как элемент геобренда Челябинской области

Гнездилова Е.В. (РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, Москва)

Сторителлинг как инструмент бренд-коммуникаций российских территорий

Котов А.В. (Институт Европы РАН, РАНХиГС, Москва) Коммуникации

при продвижении штандорта: вариации территориального брендинга в немецкоязычных регионах Европы

Семенова Л.М. (СПбГЭУ) Особенности брендинга горнолыжных курортов (на примере горнолыжных курортов России и Австрии)

Герасимова Г.И. (ТИУ, Тюмень) Семантическое пространство бренда: особенности регуляции

Багдасарян Д.А. (СПбГЭУ) ESG и искусственный интеллект: влияние twin-трансформации на бренд компании

Рассохина И.Ю., Пряхина А.В. (СПбГЭУ) Организация образовательной проектной деятельности в контексте брендинга вуза
Смирнова А.А. (СПбГЭУ) Лингвистические методы, применимые для брендинговых исследований

Секция 2. История и культура Псковского края как основа брендинга **Ауд. 230**

Модераторы: *к. пед. н. доц. Н.А. Смирнова (ПсковГУ)*

Андреев В. К. (ПсковГУ) История формирования музыкального бренда коммуникационные стратегии его продвижения

Воробьева Л.Б., Митченко З.В. (ПсковГУ) Экзаменационный центр ПсковГУ как межотраслевой кластер организации взаимодействия региональных структур

Грицкевич Ю.Н. (ПсковГУ) Брендинг малой территории: возможности и реальность

Захарова А.В. (НГТУ), Кармалова Е.Ю. (СПбГЭУ) Технологии брендинга территорий малых городов (на примере г. Гдов Псковской области)

Капитанова Л.А. (ПсковГУ) Аудиогид как способ продвижения культурного пространства приграничной территории: Россия – Беларусь

Ковалых Е.В., Молчанова Н.С. (ПсковГУ) Псково-Печерский монастырь как составляющая имиджа Псковского края

Кольцов В.С. (ПсковГУ) Формирование регионального бренда – фестиваля «Виноград» в материалах региональных СМИ

Лищенко Н.Ф. (ПсковГУ) Коммуникативные стратегии и тактики в формировании бренда святой равноапостольной княгини Ольги – основательницы города Пскова

Лукьянова С.В. (ПсковГУ) Гастрономический потенциал региона (Псковская кухня как средство создания имиджа)

Мотеюнайте И.В. (ПсковГУ) Влияние исторического памятника на пространство города

Попкова Л.М. (ПсковГУ) Проблемы медийного продвижения усадьбы Ореховно как брендового объекта Псковского региона

Смирнова Н.А. (ПсковГУ) Псковский опыт использования событийного PR в создании и продвижения бренда территории

Цветкова Н.В. (ПсковГУ) Имидж Пушкина в истории и современности Псковского региона

Стендовые доклады

Жалнина С.Н. (ПсковГУ) Брендинг силовых структур как часть брендинга региона

Левин Е.В. (ПсковГУ) Образ Псковской губернии второй половины XIX – начала XX вв. в представлении мигрантов из Прибалтики

Никифоров О.В., Песля Д. Г. (БГУ, Минск) Историко-культурное наследие как основа брендинга территорий (на примере России и Белоруссии)

Яковлев Н.С. (ПсковГУ) Территориальный брендинг Пскова

Круглый стол «Имидж территории: регион, область, город, малая территория, муниципальное образование» Ауд. 314

Модераторы: *Сопов И.А.*, председатель Избирательной комиссии Псковской области, *Чибисова Е.А.*, канд. филол. наук, доц. (СПбГЭУ)

2 марта

10.00-12.30: экскурсия по г. Псков для иногородних участников конференции (сбор у главного корпуса)

Точка кипения - Псков (ул. Льва Толстого, д. 4)

14.30-15.00 – обед

15.00 – 16.30. ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ 2

Доклады (регламент до 12 мин.)

Серова О.А., д-р юрид. наук, проф., первый проректор ПсковГУ: *Региональные бренды в экономическом развитии регионов России*

Маркина Е.В., ученый секретарь музея-заповедника «Карабиха»: *Символическое пространство Некрасовского праздника поэзии в Карабихе*

Киуру К.В., д-р филол. наук, проф., проф. Челябинского государственного университета, *Линьков С.В.*, студент ЧелГУ: *Докудрама как инструмент геобрендинга: визуальные, аудиальные и вербальные коды*

Шумаркина Д., студентка ПсковГУ, *Тютеньков М.*, магистрант БГУ (Научн. рук. *Капитанова Л.А.*, д-р филол. наук, проф. ПсковГУ): *Российско-белорусский старт «Слышится родное. Откройте для себя Пушкиногорье и белорусского Пушкина»*

Результаты работы секций (сообщения руководителей до 5 минут)

Результаты работы студенческого воркшопа: презентация проектов

16.30-17.00 кофе-брейк

6 МАРТА, 14.00

Пост-секция «Брендинг в сфере культуры и арт-менеджмент» (Ярославль, Международная академия бизнеса и новых технологий, МУБИНТ).

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

Колесникова А.С. Культурно-образовательный центр имени Ивана Дмитревского – просветительский бренд Волковского театра

Смирнов Я.Е. Купец А. А. Титов и бренд «Ростов Великий»

Суховская А.М. Продвижение бренда образовательной организации через реализацию нетипичного для вуза арт-проекта

Якушева Л.А. Памятники Вологды как месседж и ресурс брендинга

Стендовые доклады

Грушевская В.Ю. Основные показатели онлайн-репутации культурного бренда

Медведников С.А. Коммуникационный арт-менеджмент: особенности участия в ивентах