



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 Кривонос**

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:

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

Полывяная М.И. (Ярославский художественный музей)	Синергия брендов и искусств в арт-менеджменте на примере выставки «Иван Айвазовский» и проекта «Три стихии» в Ярославле
Якушева Л.А. (Вологодский государственный университет)	Деревянные дома как неотъемлемая часть вологодского бренда
Самодов А.Д., Карасева Е.А. (МУБиНТ)	Управление персональным брендом ректора вуза в современных медиа: сила и искусство
N’Goran Koffi C. (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:

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

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

Ашенина 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

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

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

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

Скворцов А.М. (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)

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

Защита проектов студенческого воркшопа по геобрендингу.