

ПРОГРАММА
ПРОГРАММА
ПРОГРАММА
ПРОГРАММА
ПРОГРАММА
ПРОГРАММА
ПРОГРАММА
ПРОГРАММА
ПРОГРАММА

CDT conf.

16-20 ноября 2020



**Европейский институт PR (IEERP)
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова**

**ПРОГРАММА
IV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
«КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ»
(CDT-2020)**

16-20 ноября 2020 года

[ССЫЛКИ НА ZOOM-КОНФЕРЕНЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЕКЦИЯХ
ПОД ИНФОРМАЦИЕЙ О ДАТЕ И ВРЕМЕНИ ПРОВЕДЕНИЯ]

Париж | Санкт-Петербург | Москва
2020 г.

16 ноября, 16.00-17.30

[Zoom-конференция \(активная ссылка\)](#)

Модератор: **Кривоносов Алексей Дмитриевич**, д.филол.н. проф., член Экспертного совета IEERP

Приветствия:

Флао Жан-Франсуа, исполнительный директор IEERP;

Окунькова Елена Александровна, к.пед.н., доц., декан ф-та маркетинга РЭУ им. Г. В. Плеханова;

Пруцких Андрей Александрович, к.филол.н., декан гуманитарного ф-та СПбГЭУ.

Доклады:

Бодуан Жан-Пьер, почетный ассоциированный профессор Сорбонны, приглашенный профессор Высшей школы Национального Администрирования и Высшего института Национальной обороны Франции, член экспертного совета IEERP: *Общественное мнение в ритме мировых вызовов*;

Лебедева Татьяна Юрьевна, д.филол.н., проф., профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, директор международных программ IEERP: *Коммуникации люксовых брендов: ответы на вызовы времени / анонс монографии Т.Ю. Лебедевой и Е.А. Окуньковой «Трансформация дискурса в люксовом и премиальном брендинге» (М.: Изд. Московского университета; L'Harmattan: 2020)*;

Раиш Павел, сооснователь и креативный директор агентства JUST CREW: *Архитектура современных цифровых коммуникаций: опыт агентства JUST CREW*.

II THE PANEL DISCUSSION: “STRATEGIC COMMUNICATION IN A NEW DIGITAL REALITY”

17 nov, 11.00 (Moscow Time)

[Zoom-meeting](#)

The panel is supported by the grant

“Virtual digital experience: new visual communication for promotion territory”

Модератор: **Шилина Марина Григорьевна**, д.филол.н., проф. РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Для участия в панели просьба отправить запрос на zoom: SHilina.MG@rea.ru

Borkovskaya, V. Plekhanov Russian University of Economics: *Sustainable development of innovative business structures and promotion territory in the digital age*;

Kozlov, S. MA in Sociology, independent researcher: *Bourdieu’s theory of inventions for the notion of (digital) communication*;

Shilina, M. Plekhanov Russian University of Economics: *AI in Russian Strategic communication as a new challenge*;

Vrublevskiy, A. Plekhanov Russian University of Economics: *Art and cultural heritage in the VR driven geo branding*;

Kholod, M. Plekhanov Russian University of Economics: *RFID and POS Data Vizialization for promotion territory*;

Terekhova, M. The French College of Lomonosov Moscow State University: *New tendencies in Swiss cities digital geo branding in Russia*;

Stankevich, O. Plekhanov Russian University of Economics: *AR and VR in strategic communication: Analysing Moscow city apps*.



СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

18 ноября, 16.10

[Zoom-конференция \(активная ссылка\)](#)

Модератор: **Пряхина Анна Валентиновна**, к.филол.н., доц., доцент СПбГЭУ

Регламент выступлений: 7 минут

- | **Курганова Екатерина Борисовна**, к.филол.н., доц., Воронежский госуниверситет: Геймификация в культурно-духовной сфере: докризисный и кризисный опыт;
- | **Логинова Юлия Валентиновна**, к.э.н., АНО ПСП «Лаборатория социального развития», консультант, Москва: Обзор современных технологий рекламного рынка;
- | **Мельник Галина Сергеевна**, д.полит.н., проф. СПбГУ, **Свешникова Наталья Олеговна**, к.пс.н., доц. СПбГУ: Медиаобраз России как стратегический ресурс государства;
- | **Минаева Людмила Владимировна**, д.филол.н., проф., зав. каф. МГУ: Стратегическая коммуникация как инструмент продвижения проекта КНР «Один пояс, один путь»;
- | **Морозова Анна Анатольевна**, к. филол. н., доц., зав. лаб. ЧелГУ: Особенности рекламы в социальных сетях в условиях пандемии COVID-19;
- | **Осипова Елена Анатольевна**, д.филол.н., зав. каф. РЭУ им. Г. В. Плеханова: Разработка студенческой электронной энциклопедии как многовекторный диджитал-проект;
- | **Самойленко Ирина Сергеевна**, к.э.н., доц. РЭУ им. Г. В. Плеханова: Тренды в разработке айдентики брендов в эпоху цифровой трансформации;
- | **Самойленко Кира Евгеньевна**, асс. РЭУ им. Г. В. Плеханова, Digital-агентство Adventum: Brandformance как тренд брендинга в эпоху цифровизации;
- | **Шилина Мария Геннадьевна**, специалист Сколковского ин-та науки и технологий: Political strategic communication in the national strategies to combat climate change: specifics and features;
- | **Багдасарян Диана Ариуновна**, **Петрова Анастасия Федоровна**, студенты СПбГЭУ: Инструменты коммуникационного продвижения псевдоэкологической косметики;
- | **Гудова Анастасия Павловна**, **Уварова Ксения Александровна**, студенты СПбГЭТУ (ЛЭТИ): AR и VR в медиакоммуникации;
- | **Малтабаров Мухтар Аскарулы**, магистрант Казахского нац. ун-та: Медиакоммуникации в компаниях: особенности применения методов дата-журналистики;

- | *Нечаева Дина Сергеевна, студент СПбГЭТУ (ЛЭТИ): Трансформация событийных коммуникаций в эпоху цифровизации;*
- | *Павлова Дария Андреевна, аспирант СПбГЭУ: Современные компетенции студента и преподавателя в условиях цифровизации общества;*
- | *Скворцова Вера Сергеевна, магистрант СПбГУ: Интегрированный (децентрализованный) подход к медиатизации: теоретическое обоснование феномена;*
- | *Чибисов Артем Эдуардович, аспирант СПбГЭУ: Трансформация практик применения компетентностно-ориентированного подхода в условиях диджитализации образовательной подготовки студентов системы высшего образования.*

IV

СТЕНДОВЫЕ СЕКЦИОННЫЕ ДОКЛАДЫ

Секция 1. Теория и практика коммуникации в условиях цифровизации

- | *Акульшина К.А. Когнитивные исследования в цифровых коммуникациях: негативные последствия работы с социальными сетями;*
- | *Белозерова Л.А., Адамов А.В. Тренды реализации стратегических коммуникаций в бизнесе;*
- | *Герасимов С.В. Практика использования ивент-анализа в технологиях PR;*
- | *Емельянов С.М. Цифровые технологии в интегрированных коммуникациях: методологические аспекты;*
- | *Кондрашова М.С. Особенности развития имиджа в современном цифровом пространстве;*
- | *Лу Цзюньяо. Проблемы и контрмеры культурной безопасности Китая в цифровом контексте;*
- | *Нешатаева Е.А., Маркина Ю.М. Стратегия и тактика коммуникационного проекта «Авангард Дальнего Востока»;*
- | *Тарасюк А.П. Инстаграм в системе цифровых коммуникационных технологий современного социального пространства;*
- | *Старостина Н.С. Особенности развития корпоративной культуры в условиях цифровой трансформации;*
- | *Федоровская Е.В. Цифровые инфлюенсеры: аватаризация лидеров мнений;*
- | *Tkacheva A.A. Paradigms of communication: how they change digital area.*

Секция 2. Стратегические коммуникации и стратегические коммуникационные технологии

- | *Аксенов К.В. Стратегические коммуникации в RUSSIA TODAY в условиях информационного противостояния;*
- | *Зайцева М.А. Креативные индустрии как инструмент стратегической коммуникации: роль сектора люкса в продвижении бренда Франции;*
- | *Невярович М.Д. Разработка коммуникационной стратегии продвижения в сети интернет;*
- | *Сахипова Д.Р., Мельникова И.Ю. Геймификация как инструмент PR-продвижения;*
- | *Семенов А.В. Development of strategic communication technologies based on public-private entrepreneurship;*

| Трубникова А.Г., Шарахина Л.В. Формирование стратегии коммуникации с властью: какой GR-менеджер сейчас нужен бизнесу?

| Чэнь Цзяли. Коммуникационная стратегия компании Huawei на российском рынке;

Секция 3. Экономика и коммуникационные стратегии XXI века

| Бомбин А.Ю. Рекламная аналитика как фактор оценки стратегического продвижения;

| Бургонов О.В., Голубецкая Н.П. Перегрузка коммуникационной стратегии социально-экономических систем в условиях цифровых технологий;

| Бургонов О.В., Кяримова А.Д. Проблемы формирования коммуникационной политики малого и среднего бизнеса;

| Грабчак Е.П., Логинов Е.Л. Когнитивные цифровые технологии идентификации новых научно-технических направлений на основе анализа информационных интересов и коммуникационной активности профессионального сообщества;

| Савинков С.В., Киселёв В.М. Конвергенция коммуникаций B2B в условиях цифровой трансформации;

| Степанова В.П. Социокультурный контекст в продвижении на международном рынке: проблематика финтех-компаний.

Секция 4. Ресурсы медиакommunikаций в цифровую эпоху

| Виноградова К.Е., Кускова Е.Л. Место и роль бренд-журналистики в коммуникационном пространстве;

| Кацук А.А. Композиционно-графическая модель печатного и сетевого издания;

| Кривоносов А.Д. Опыт периодизации корпоративных медиа: от листов для служащих до онлайн-изданий;

| Ли Инин. "Мы-медиа" меняют человеческую жизнь;

| Лю Чан. Коммуникационные стратегии Международного Радио Китая на русском языке в цифровую эпоху;

| Лю Ян. Исторические особенности развития критики китайских СМИ на цифровом фоне;

| Лян Канпин. Особенности освещения политических новостей в ВИЧАТ;

| Мисонжников Б.Я. Отчуждение автора как метапроблема цифровых медиа;

| Самуйлова И.А., Бакулева К.К. Выбор источников информации как фактор формирования образа государства;

| Сан Янань. Особенности формирования повестки дня СМИ Чапчал-Сибоского Автономного уезда;

| Чжу Цзысин. Развитие китайских СМИ в цифровую эпоху;

| Хань Цзясюань. СМИ как канал популяризации традиционной китайской культуры в цифровую эпоху.

Секция 5. Реклама и PR в эпоху цифровой трансформации

| Евдокимов И.П. Цифровые тренды в рекламе и PR;

| Киуру К.В., Шляпина А.А. Эволюция культовых женских имиджей в рекламных кампаниях брендов;

- | Кошель В.А. Паблик рилейшнз в условиях мультимедийной коммуникационной культуры;
- | Меньшикова Е.С. Характер коммуникации как фактор влияния на покупательское поведение в социальных медиа;
- | Михальчук Ю.В., Стулова Ю.С. Цифровая экономика и развитие современной массовой коммуникации;
- | Обухович М.Я. Особенности использования диджитал-технологий в продвижении нового товара;
- | Решетникова И.Д. Реклама в условиях цифровой трансформации: перспективы сети Tiktok;
- | Самсонов Н.Д. Диджитал-сторителлинг как современный инструмент коммуникаций;
- | Троянова М.И. Социальная реклама как развивающееся средство массовой коммуникации;
- | Чепкасов Е.В. «Бери от жизни все!» и поколение «П»;
- | Чирт П.С., Шишкина Д.М. Диджитал-коммуникации в фармацевтической индустрии.

Секция 6. Брендинг и геобрендинг в цифровой экономике

- | Бороздина О.А. Колористика в формировании бренда: современные тенденции;
- | Данилова Н.И., Шевченко А.С. Роль ивентов в коммуникациях бренда;
- | Двоенко О.А., Фидарова Б.Ф. Перспективы продвижения туристской дестинации Республика Северная Осетия-Алания;
- | Ежова Е.Н., Ахвердиева М.И. Позиционирование бренда города в эпоху цифровых технологий;
- | Ефимова А.А., Чернов Д.В. Роль инновационных общественных пространств в формировании бренда города;
- | Кулибанова В.В., Ильина И.А., Тэор Т.Р. Формирование социального капитала бренда территории в цифровой среде;
- | Лысенкова Л.А. Брендинг в условиях развития диджитал-среды;
- | Милюкова К.А. Роль ресторанного бизнеса в геобрендинге региона;
- | Попова О.И. Взаимодействие бренда с поколением Z в условиях цифровизации;
- | Федюнин Д.В., Федюнин А.Д. Механики SMM-продвижения личного бренда в рунете;
- | Эльтикова Е.А. Digital-технологии в брендинге территорий.

Секция 7. Актуальные стратегии коммуникаций в образовании

- | Аксайская А.В., Герчикова Т.Я. Современные диджитал-технологии в продвижении образовательных услуг;
- | Вострикова И.Ю. Позиционирование университетов в глобальном цифровом пространстве;
- | Дудкина А.В. Стратегические коммуникации в реализации национального проекта «Образование»;
- | Жукова Г.А. Современное образование в условиях цифровой трансформации;
- | Захарова А.В., Кармалова Е.Ю. Антикризисные коммуникации российских вузов в период вынужденного перехода к дистанционному обучению;
- | Коваленко О.В., Никитина Я.Т. Позиции коммуникантов в реализации дистанционных образовательных технологий;
- | Корнилова Е.Е. Патриотическое воспитание в образовательном процессе: актуальные коммуникационные стратегии;

- | *Кудрявцева М.Е.* Возможности опосредованной коммуникации как актуальной стратегии в образовании;
- | *Лейман И.И., Томилова Ю.С.* Продвижение услуг в сфере дополнительного образования детей средствами PR и рекламы;
- | *Пряхина А.В., Сыркина А.Н.* Информационно-коммуникационные технологии и цифровая культура в образовании;
- | *Смирнова А.А.* SMM-коммуникации в образовательном процессе: создание игрового «чат-бота»;
- | *Югова Н.А.* Школьные медиа как средство коммуникации школьников с внешним миром.

Секция 8. Стратегии и тактики коммуникаций во время пандемии

- | *Александрова И.Ю.* Цифровые маркетинговые коммуникации на рынке образовательных услуг в период пандемии;
- | *Алташина М.Р.* Театральный интернет-маркетинг в период самоизоляции;
- | *Аронова Е.О., Смирнова Е.Е.* Реклама на российском телевидении в ситуации карантина;
- | *Галлямова Д.А., Байкова И.В.* Коммуникационные тренды в современных реалиях;
- | *Коблякова Ю.М.* Цифровизация и эпоха Covid-19: инструменты PR в коммуникации медицинской организации с широкой общественностью;
- | *Коган Д. А., Чельшева С. Д.* PR нового времени: онлайн vs. офлайн;
- | *Кряжева Н.Ю.* Прямые эфиры в INSTAGRAM как инструмент продвижения в период мировой пандемии;
- | *Ли Инин.* Стратегические коммуникации в условиях эпидемии коронавируса;
- | *Осипова А.В.* Арт-коллаборации как интегрированные коммуникации: период пандемии;
- | *Попов Е.А.* Роль SMM-продвижения в эпоху перемен;
- | *Рабкин В.С.* Процесс коммуникации с внутренней аудиторией компании в рамках перехода на удаленную работу в условиях цифровизации;
- | *Смеюха В.В., Кузьмина О.Г.* Рекламные стратегии в период пандемии;
- | *Таранушич В.А.* Современное дистанционное обучение школьников.