

INSTITUT EUROPEÉEN D'ENSEIGNEMENT DES RELATIONS PUBLIQUES
UNIVERSITÉ D'ÉTAT DE SAINT PETERSBOURG D'ÉCONOMIE
UNIVERSITÉ RUSSE D'ÉCONOMIE PLÉKHANOV

**LES COMMUNICATIONS À L'ÉPOQUE
DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE**

**Programme
de la V-ème conférence international**

(29-30 novembre 2021)

ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г. В. ПЛЕХАНОВА

**КОММУНИКАЦИИ
В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ИЗМЕНЕНИЙ**

**Программа
V Международной научно-практической конференции**

(29-30 ноября 2021)

29 ноября, 16:00 (Москва)

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

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

Регламент: 15 мин.

Верчич Деян

д-р, проф. руководитель Центра маркетинга и PR университета Любляны, Словения

«Strategic communication in post-literate society»

Герреро-Соле Фредерик

д-р, зам. директора по исследованиям ф-та коммуникаций Университета Помпеу Фабра, Барселона, Испания

*«From parasocial to metasocial interaction.
A new field for emergent technologies and digital communication»*

Шилина Марина

д.филол.н., проф. РЭУ им. Г. В. Плеханова / СПбГЭУ, Москва / Санкт-Петербург, Россия

*«Стратегические коммуникации в “новой нормальности”:
теория и практики ЕС и России»*

Александрова Эльвира

видеомейкер, арт-директор, контент-фотограф, Милан, Италия

*«Контент-съёмка как инструмент коммуникационного
сопровождения бизнеса в Instagram»*

Волков Денис

основатель направления «Smart-fitness», тренер Тинькофф, VK (Mail.ru), Pepsi, топ-тренер Motify, Санкт-Петербург, Россия

*«Развитие коммуникационной стратегии личного бренда
в фитнес-индустрии: тренды и перспективы»*

30 ноября, 10:00-14:00 (Moscow)

Рабочие языки: русский, английский

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ № 1.

«Digital transformation in the New Normal»

Проводится в рамках гранта:

«Virtual digital experience: New visual communication for promotion of territory»

Модератор – д. филол.н., проф. Шилина М. Г.

Шилина М.Г. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Digital communication in the New Normal: A paradigm shift?

Вирт Юлия (Университет HEG Arc, Невшатель, Швейцария) – Цифровая виртуальная визуализация в геобрендинге

Холод М.В. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Big data в контексте стратегической коммуникации

Шутова М.В., Рочева Я.С. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Corporate strategic communication: the impact of mediatization on a patient to doctor' path and their interaction

Шилина Мария (Сколковский институт науки и технологий) – Communicating climate change in the 2021s: Linking climate and pandemic

Мильчина Дарья (МГУ имени М.В. Ломоносова) – Медиарилейшнз в деловых изданиях в "новой нормальности": специфика партнерских проектов

Шеховцова Ксения (МГУ имени М.В. Ломоносова) – Речевой имидж бренда в создании диалогового интерфейса чат-ботов

Плеханова Екатерина (СПбГЭУ) – Специфика персонального брендинга профессионального журналиста в российском сегменте YouTube

Горшенина Татьяна (СПбГЭУ) – Цифровое продвижение бренда: новые инструменты в «новой нормальности»

Коковина Дарья (СПбГЭУ) – Affiliate marketing in the New Normal: Micro-influencers taking over the market

Ладыженская Владислава (РЭУ им. Г.В. Плеханова) – VR in special events: A comparative analysis of European and Russian brands

Филатова Александра (РЭУ им. Г.В. Плеханова) – Особенности синтетического контента в российской рекламе

30 ноября, 16:10 (Москва)

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ № 2.

«Теория и практика коммуникаций в эпоху цифровых трансформаций»

Регламент: доклад / сообщение - 10 мин.

**Модератор – д.филол.н., проф. Кармалова Е. Ю. (СПбГЭУ),
д.филол.н., проф. Киуру К. В. (ЧелГУ)**

Аксенов К.В. (СПбГЭУ) – Культурный туризм: цифровизация коммуникаций, проблемы и возможности

Глуценко О.А. (РАНХиГС) – Проявление факторов токсичности в медийной коммуникации

Грушевская В.Ю. (УФУ) – Использование теорий воздействия СМИ в изучении восприятия видеоблогов

Захарова А.В. (НГТУ, Новосибирск), Кармалова Е.Ю. (СПбГЭУ) – Репутационный кризис в сфере образования и антикризисные инструменты

Захарова М.В. (РАНХиГС) – Коммуникационные стратегии брендов: обзор изменений в 2020-2021 годах

Курганова Е.Б. (ВГУ), Шерне А.С. (СПбГЭУ) – Спецпроекты как креативный способ коммуникации с соискателями вакансий в добывающей отрасли (на примере ПАО «Газпром нефть»)

Лай Линчжи (СПбГУ) – СМИ КНР в условиях цифровизации

Ли Инин (СПбГУ) – Инфодемия как феномен сетевых медиа

Мельник Г.С., Свешникова Н.О. (СПбГУ) – Образ будущего России медийном дискурсе

Сидоров В.А. (СПбГУ) – Культурно-нравственные стратегии политической пропаганды

Чжэн Цянь (СПбГУ) – Особенности отражения Олимпийских игр 2020 года в китайских интернет-мемах

Шевченко А.С. (СПбГЭУ) – Роль социальных медиа в позиционировании бренда

30 ноября, 16:10 (Москва)

СЕКЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

«Цифровые коммуникации в «новой нормальности»: взгляд молодых ученых»

Регламент: доклад / сообщение - 8 мин.

Модератор – к.филос.н., доц. Пряхина А. В., асс-т Смирнова А. А.

Багдасарян Д.А. (СПбГУ) – Экологические коммуникации компаний крупного продуктового ритейла России

Буковская А.М. (СПбГЭУ) – Коммуникационные инструменты продвижения в социальном предпринимательстве

Быстрова А.Э. (СПбПУ) – Цифровые коммуникации в формировании бренда волонтерских организаций

Гончукова М.М. (СПбГЭУ) – Подкасты как эффективная платформа рекламных коммуникаций

Гропянова С.А. (СПбГЭУ) – Формирование сайта бренда: особенности и трендовые технологии коммуникации с потребителями

Ефремова Е.А., Жидкова Д.Д. (СПбГЭУ) – Актуальные цифровые платформы как средства коммуникации в организации

Кадесникова Е.С. (СПбПУ) – Бенчмаркинг в формировании стратегии продвижения студенческого спортивного клуба в интернете

Кизьякова А.М. (СПбГУ) – Комментарии в городских интернет-СМИ как элемент интерактивной коммуникации (на примере издания «Фонтанка.ру»)

Клименко Е.А. (СПбГЭУ) – Портфолио как инструмент продвижения маркетингового агентства в условиях цифровой трансформации

Князев С.Н. (СПбГЭУ) – Цифровые тренды в продвижении бренда на рынке психологических услуг

Конева А.Е., Каширина А.Е. (НГТУ, Новосибирск) – Структура и содержание профориентационного приложения для школьников

Куличенко Е.А. (СПбГЭУ) – Интегрированные инструменты лояльности целевой аудитории современных маркетплейсов

Мага А.А. (СПбГЭУ) – Онлайн-мероприятия: эффективные инструменты привлечения молодежной аудитории в период пандемии Covid-19

Марциоха Г.А. (СПбГЭУ) – Креативные технологии в разработке рекламного продукта (на примере наружной рекламы)

Меккоева А.И. (СПбГЭУ) – Региональные особенности и цифровые коммуникации гостиничного бизнеса в Республике Карелия

Нефедов А.В. (МГУ им. М.В. Ломоносова) – Социальные сети как платформа мобилизации «жёлтых жилетов»

Решетникова И.Д. (СПбГЭУ) – Цифровая трансформация музеев: перспектива сети TikTok

Шашкина А. (СПбГЭУ) – Особенности коммуникаций онлайн-школ: этический аспект

СТЕНДОВЫЕ ДОКЛАДЫ

«Стратегические коммуникации и стратегические коммуникационные технологии»

Бутковская Г.В. (ГУУ) – Программы лояльности клиентов нового уровня: экосистемный подход

Емельянов С.М. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Управление рисками в связях с общественностью: стратегические аспекты

Клюев Ю.В., Зубко Д.В. (СПбПУ Петра Великого) – К вопросу о типологии и концепциях коммуникационных стратегий

Попова О.И. (УрГЭУ, Екатеринбург) – Этапы развития интернет-маркетинга как коммуникационной стратегии бизнеса

Семенов А.В. (СПбУТЭиУ) – Экономика и коммуникационные стратегии XXI века на примере развития региональных инфраструктурных проектов, основанных на ГЧП

Синякова Л.В. (Ассоциация АсДор) – Стратегические событийные коммуникации в бизнесе: проблемы и вызовы

Vombin A.Yu. (СПбГЭУ) – Personalization as an effective tool to improve the ROI & quality of business communication strategy

«Теория и практика коммуникаций в условиях цифровизации»

- Бодрунова С.С. (СПбГУ) – Кумулятивная делиберация: трансформация оценки качества делиберативного процесса с учетом природы онлайн-коммуникации
- Логинова В.Е. (ЦЭМИ РАН) – Цифровые механизмы интеллектуальных коммуникаций в рамках научного (научно-технического) инжиниринга
- Мисонжников Б.Я. (СПбГУ) – Человек в пространстве digital-агрессии
- Чижик А.В. (СПбГУ), Мельникова С.А. (ИТМО) – Анализ потенциала социальных сетей как мотивирующего элемента функционирования городской инфраструктуры

«Ресурсы медиа в цифровую эпоху»

- Ван Фанфан (СПбГУ) – Освещение российскими СМИ китайско-американских разногласий в контексте эпидемии COVID-19
- Корнилова Е.Е. (СПбГЭУ) – Проблемы цифровизации регионального телевидения
- Крылова М.А. (ГУУ) – СМИ как фактор формирования и манипулирования общественным мнением в сфере межнациональных отношений
- Романова А.Н. (ЮФУ) – Интерактивные элементы в программе «Линия Губернатора» на региональном телевидении
- Сыркина А.Н. (СПбГЭУ) – UX-дизайн и метод оценки долгосрочного взаимодействия с пользователем в цифровой среде

«Реклама и PR в эпоху цифровой трансформации»

- Виноградова К.Е. (СПбГЭУ) – Фиджитал-технологии в событийном маркетинге будущего
- Вострикова И.Ю., Воронова Д.Р. (СПбГЭУ) – Инструменты нейромаркетинга в системе продвижения коммерческого предприятия
- Евдокимова А.С., Семенова Л.М. (СПбГЭУ) – Влияние цифровизации на корпоративную культуру промышленного предприятия
- Ишанова А., Айгелова А., Сламбеова М. (ЕНУ им. Л.Н. Гумилева) – Проблемы исследования социальных медиа
- Кащук А.А. (СПбГЭУ) – Тенденции развития социальной рекламы в российском медианпространстве
- Киуру К.В., Линьков С.В. (ЧелГУ) – Видеоконтент как тренд коммуникации в цифровой образовательной среде
- Лобовикова Е.А. (ЛАК им. М. Матусовского, Луганск) – Реклама в пространстве современной культуры в условиях цифровой трансформации
- Медведников С.А., Салагубова Э.Д. (СПбГЭУ) – Использование digital-инструментов в спортивно-рекреационной индустрии (на примере яхт-клуба «Горская»)
- Чибисова Е.А., Гефкер О.Д. (СПбГЭУ) – Организация специальных мероприятий в эпоху цифровой трансформации
- Шибут И.П. (БГУ, Минск) – Особенности рекламной коммуникации в мебельной отрасли в условиях цифровой трансформации

«Брендинг и геобрендинг в цифровой экономике»

- Ерофеева И.В. (ЗабГУ, Чита) – Роль мультимедийных СМИ в формировании медиаобраза Забайкальского края
- Кулибанова В.В. (ИПРЭ РАН), Ильина И.А., Тэор Т.Р. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Влияние социального капитала бренда территории на повышение конкурентоспособности региона
- Колик А. В. (БГУ, Минск) – Особенности медиакоммуникации в геобрендинге Республики Беларусь

Смеюха В.В. (ЮФУ) – Использование интернет-коммуникаций в брендинге Ростовской области как туристской дестинации

«Актуальные стратегии коммуникаций в образовании»

Александрова И.Ю. (ГГУ) – Анализ коммуникативного поля абитуриентов российских вузов в цифровой среде

Данилова Н.И., Жукова Г.А. (СПбГЭУ) – Подходы к организации профессионального обучения и формированию лидерских качеств на современном этапе развития образования

Кирьянова Н.В. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Преподавание «Истории искусств» в дистанционном формате и проблемы концентрации внимания

Кореньюшкина С.И. (СПбГУ) – Актуальные проблемы реализации образовательных практик в высшей школе

Кудрявцева М.Е. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Проблема оценки знаний студентов по гуманитарным дисциплинам в условиях дистанционного обучения

Кушниренко Д.О. (СПбПУ), Кушниренко А.В. – Цифровизация и digital-коммуникации в системе среднего образования (на примере платформы Учи.ру)

Шемякина Е.Ю. (СПбГЭУ) – О проблеме коммуникации и реализации интерактивных методов в процессе дистанционного обучения в вузе

Якимов Ю.М. (СПбГЭУ) – К вопросу о коммуникативных стратегиях в условиях онлайн-обучения

Стендовые доклады секции молодых исследователей

Агапов Е.Н. (НГТУ). – Разбор новых принципов цифровой трансформации рекламы и PR (на примере крупных компаний)

Аксайская А.В. (СПбГЭУ) – Особенности коммуникации между студентами и преподавателями в условиях дистанционного обучения

Аксенов А.Д. (СПбГЭУ) – Особенности построения интегрированных коммуникаций в блокчейн технологиях

Антилогова А.Д. (СПбГУ) – Цифровизация образования: «иррациональность рационального»

Ащуваков Т.Р. (СПбГЭУ) – Цифровая трансформация креативных индустрий: перспективы технологий смешанной и дополненной реальности

Белокурова Т.А. (ТГУ им. Г.Р. Державина, Тамбов) – Digital-трансформация в сфере рекламы и PR

Бинецкая М.А. (СПбГЭУ) – Цифровые коммуникационные тренды в сфере гостиничного бизнеса

Боровской С.В. (СПбГЭУ) – Методы продвижения бренда организации

Буянова А.О. (СПбГЭУ) – Таргетинг как рекламный и PR-инструмент в эпоху цифровой трансформации

Гусева Д.А. (СПбПУ) – Научная коммуникация в эпоху COVID-19

Есехина М.А. (МГУ им. М.В. Ломоносова) – Динамика кризисной коммуникации президента Франции Эммануэля Макрона в условиях пандемии

Иванова К.В. (СПбГУ) – Коммуникационный контент как инструмент взаимодействия с потребителем

Калинина Э.В. (ТОГУ, Хабаровск) – Трансформация корпоративных коммуникаций вуза в социальных медиа в период пандемии

Кибина А.С. (СПбГЭУ) – Специальные события в комплексе продвижения коммерческой радиостанции в условиях цифровизации

Колосова А.Д. (СПбГЭУ) – Актуализация дихотомии «свой – чужой» как прием речевого воздействия в видеоблогинге

Комкова А.П. (СПбГЭУ) – Рекламные и PR-инструменты сопровождения компании в сфере кальянного бизнеса

Кряжева Н.Ю., Сафоненко Д.А. (СПбГЭУ) – Современные инструменты коммуникационного продвижения в киноиндустрии

Кудзиева Д.Э. (СПбГЭУ) – Использование рекламных digital-инструментов для проведения коммуникационной кампании Мегафон ТВ

Лебедева Д.М. (СПбГЭУ) – Специфика PR-деятельности НКО в медицинской отрасли в условиях цифровизации

Малюкова Е.А. (СПбПУ) – Цифровые коммуникационные технологии в работе «Сбербанк» в работе с клиентами

Мелентьева А.А. (СПбПУ) – Цифровое здравоохранение как инструмент формирования здоровьесберегающего поведения населения

Мельник В.Р. (СЗИ РАНХиГС) – Партворк: стратегии продвижения досугового журнала

Николов С.Д. (СПбГЭУ) – H2H-коммуникации в поддержании бренда работодателя

Обухович М.Я. (СПбГЭУ) – Изменение форматов коммуникационных сообщений как новый тренд цифровой трансформации

Одуд В.Ю. (СПбГЭУ) – Дистанционное обучение: актуальная стратегия коммуникации

Пилипчук А.Д. (СПбГЭУ) – Как цифровая трансформация изменила маркетинг и PR-стратегию?

Руденко Б.С. (СПбГЭУ) – Telegram как инструмент продвижения в строительной сфере

Самойлова А.Е. (СПбГЭУ) – Коллаборация как эффективный способ продвижения бренда

Смывин Д.Д. (СПбГЭУ) – SEO-оптимизация как метод коммуникационного продвижения организации, специализирующейся в индустрии красоты и здоровья

Черных А.М. (СПбГЭУ) – Факторы повышения роли визуальных средств в коммуникационном процессе

Шаповалова А.С. (ЛАК им. М. Матусовского, Луганск) – Медиакоммуникация как способ продвижения предприятия в социальной сети «Instagram» (на примере ГУП ЛНР «Госреклама»)

Шептицкая А.А. (СПбГЭУ) – Аудиобрендинг как эффективный инструмент рекламы