

PROGRAM CDT 2022

a conference on communication in the context of digital transformation

Коммуникации в условиях цифровой трансформации

29 - 30 november 2022 St. Petersburg





ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**КОММУНИКАЦИИ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

**Программа
VI Международной научно-практической конференции**

(29-30 ноября 2022 года)

Панель «Коммуникации в условиях цифровой трансформации»

29 ноября, 14:30

– ссылка на видеоконференцию в MS Teams –

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

Регламент выступления – 10 мин.

ссылки будут отправлены
всем участникам позднее

Аксенов К.В.

СПбГЭУ

Фактчекинг в дайджестах по иностранным СМИ:
образовательный аспект

Бугаева И.В.

РГУ им. А.Н. Косыгина

Новые медиа и традиционные СМИ: сравнительный анализ

Виноградова К.Е.

СПбГЭУ

Цифровая стратегия продвижения бренда в
коммуникационной стратегии организации

Герасимова Г.И.

ТИУ

Принципы принятия управленческих решений в сфере
интернет-коммуникаций (на примере сетевых отзывов)

Грушевская В.Ю.

УФУ

Управление деловой репутацией в интернете на основе
факторной модели

Захарова А.В.

НГТУ

Кармалова Е.Ю.

СПбГЭУ

Кризисные коммуникации в цифровой среде и репутация вуза
(на примере кейсов РГПУ им. Герцена, связанных с
харассментом)

Захарова М.В.

РАНХиГС при Президенте
РФ

Мобильное приложение как инструмент продвижения вуза в
цифровой среде

Курганова Е.Б.

ВГУ

ESG и геймификация: котрендинговая стратегия в решении
проблем устойчивого развития

Andryushina E.V.

МГУ им. М. В. Ломоносова

Countering the infodemic: global and national levels

Секция молодых ученых 1. Проектирование в контексте цифровой трансформации

30 ноября, 12:20

– ссылка на видеоконференцию в MS Teams –

Модератор: **д. филол. н., проф. Шилина М. Г. (РЭУ им. Г. В. Плеханова, СПбГЭУ),**

д. эконом. н., проф. Федюнин Д. В. (РЭУ им. Г. В. Плеханова)

Регламент выступления – 8 мин.

ссылки будут отправлены
всем участникам позднее

Алешина Д., Буркова С., Саутина К. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – NFC как основа проектирования интегрированной кампании в «новой нормальности»

Аникина А. (СПбГЭУ) – AI-проектирование во внутрикорпоративных коммуникациях: модели коммуникации zero HR vs. Профессионалы

Балухтина А. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Гейм-конструктор личного цифрового продвижения профессионала-дизайнера режиссерских тритментов

Домницкий С., Трафилюкин И. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Проектирование криптовселенной для решения социальных проблем студентов Канады (на примере Beyond Desks)

Зайцева Д., Демидова Д., Калинина Н. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Чистые инновации в борьбе с рутинной для бренда "Настенька"

Лобанова М., Прохорова А. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – AR-проектирование глобального стартапа в России в новой реальности

Сатина А., Терешкин К. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Специфика проектирования подкаста в сфере культуры

Тришкин Н. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Специфика цифровой медиастратегии продвижения авторской молодежной одежды: технологии повышения лояльности

Черепанова Н. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – Методология продвижения марочного портфеля на рынке FMCG в условиях цифровой трансформации

Шевченко В. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – The Researcher: как приложение для молодого исследователя может решить проблемы научных открытий?

Секция молодых ученых 2. Коммуникации в условиях «новой нормальности»: цифровой аспект

30 ноября, 16:10

ссылки будут отправлены
всем участникам позднее

– ссылка на видеоконференцию в MS Teams –

Модератор: к. филос. н., доц. Пряхина А. В. (СПбГЭУ)

Регламент выступления – 8 мин.

Агапов Е.Н. (НГТУ) – PR составляющая в эпоху цифровой трансформации и его преобразования под новые тренды

Багдасарян Д.А. (СПбГЭУ) – Создание медиапроектов как способ формирования экологической грамотности студентов

Блинова И.В. (СПбГЭУ) – Особенности внутрикорпоративных коммуникаций фармацевтической компании в условиях цифровизации

Бондарь М.Г. (СГУ) – Технологии искусственного интеллекта: новые рекламные инструменты в эпоху цифровой трансформации

Быстрова А.Э. (СПбПУ) – Оценка роли личного бренда на онлайн-рынке образовательных услуг

Первушина Э.В. (СПбГЭУ) – Получение обратной связи от целевой аудитории в условиях цифровизации

Пан Юань (СПбГУ) – Цифровая трансформация журналов (на примере Vogue)

Шашкина А.С. (СПбГЭУ) – Организация коммуникации в образовательной сфере через чат-бот

Шерне А.С. (СПбГЭУ) – Геймификация как инструмент внутренней коммуникации усовершенствования труда в сфере обслуживания (на примере компании Burger King Россия)

Стендовые доклады

Секция 1. Стратегические коммуникации и стратегические коммуникационные технологии

Андрюшкина М.К. (СПбГЭУ) – Коммуникационная политика бренда как фактор взаимодействия с целевой аудиторией

Баранов Е.О. (СПбГЭУ) – Ресурсы коммуникационных технологий ресторанного бизнеса в эпоху цифровизации

Бомбин А.Ю. (СПбГЭУ) – Синергетические особенности бизнеса как фактор повышения устойчивости бренда в разрезе концепции ESG

Карпов Г.Д. (МГПУ) – Возможности цифровых технологий в популяризация спорта

Михайлова К.М. (СПбГЭУ) – Коммуникационное продвижение бизнеса в цифровой среде

Полонянкина П.И. (СПбГЭУ) – Коммуникационных технологии в частных медицинских учреждениях в условиях цифровизации

Смеюха В.В. (ЮФУ) – Антикризисные коммуникации журналистов в социальных медиа

Gereikhanova I.A., Kara-Kazaryan T.V. (ПГУ) – Strategic communication technologies in the era of digital transformation

Nikuradze O.I. (ГУУ) – Strategic implications of digital targeted advertising: problems of discrimination and transparency

Секция 2. Теория и практика коммуникаций в условиях цифровизации

Андреев Д.А. (СПбГЭУ) – Значение средств обеспечения лояльности клиентов в условиях цифровизации (на примере офлайн- и онлайн-кинотеатров)

Байкова Е.Ю. (СПбГЭУ) – Цифровизация в развитии арт-сферы

Батура Е.С. (ГУУ) – Анализ актуальных коммуникационных площадок бренда в социальных сетях

Бейсембаева А.А. (МУИТ, Казахстан) – Корпоративная культура в условиях удаленной работы

Беляева В.А. (СПбГЭУ) – Роль фрейминга в коммуникациях в условиях цифровизации

Дрынкина Т.И. (СПбГУАП) – Теоретико-методологическая коммуникативно-цифровая модель «Социального лазера»

Емельянов С.М. (СПбЭТУ) – К вопросу об информационной безопасности PR-деятельности в условиях цифровизации общества

Кашук А.А. (СПбГЭУ) – Вертикальное видео: современный тренд или требования цифровой эпохи

Ковалева Л.А. (СПбГЭУ) – Особенности структуры корпоративного сайта банка

Кузнецова А.Р. (ТГТУ) – Возможности подкастов как платформы для рекламных и PR-коммуникаций

Лямина А.А. (ГУУ) – Исследование опыта применения технологии NFT в формировании современной системы бренд – коммуникаций.

Маслова В.В. (СПбГУПТД) – Коммуникация бренда с потребителем в эпоху цифровизации

Миллер И.С. (ПГУ) – Критика моделей PR Дж. Грюнига в контексте новых вызовов

Мортина С.А. (НГЛУ) – Эволюция практики коммуникаций в сфере медицины с приходом цифровой революции

Пряхина А.В., Нечаева Н.Г. (СПбГЭУ) – Цифровые технологии в развитии корпоративных музеев

Пушкарева А.В. (СПбГЭУ) – Цифровизация корпоративных музеев

Рассохина И.Ю. (СПбГЭУ) – Запрос на виртуальные сетевые сообщества как форму новой солидарности в обществе «текучей современности»

Рогалева М.А., Силина С.А. (ГУУ) – Внедрение искусственного интеллекта в процесс формирования коммуникаций с клиентом в цифровой среде

Скулкина Д.К. (НГЛУ) – Методы продвижения коммерческих организаций в цифровую эпоху

Секция 3. Ресурсы медиакоммуникаций в цифровую эпоху

Ашенова С.В. (МУНТ, Казахстан) – Актуальные медиатренды цифровой эпохи

Ван Цзясюань. (СПбГУ) – Новые медиа как способ коммуникации цифровой среде

Гикис С.Н. (ПГУ) – Социальные сети в журналистской практике

Градюшко А.А. (БГУ, Беларусь) – Тенденции развития белорусских локальных медиа в цифровую эпоху

Груздева М.А. (БГУ, Беларусь) – Факторы возникновения когнитивных искажений в медиа

Ишанова А.К. (ЕНУ им. Л. Гумилева), *Сулейменова А.Э.* (КРУ им. Байтурсынова, Казахстан) – Трансформация документального фильма в YouTube как социальном медиуме

Каштальянова А.В. (СПбГЭУ) – Перспективы развития медиакоммуникаций в эпоху цифровизации

Корнилова Е.Е. (СПбГЭУ) – Основные тенденции развития медиакоммуникаций в цифровую эпоху

Мироненко Н.К. (СПбГЭУ) – Ресурсы медиакоммуникаций музеев в эпоху цифровизации

Павлова В.С., Юршина А.А. (ГУУ) – Медиакоммуникации в продвижении брендов косметики

Чжоу Шэннань (СПбГУ) – Цифровые коммуникационные нарративы в среде социальных медиа

Секция 4. Реклама и PR в эпоху цифровой трансформации

Бутковская Г.В. (ГУУ) – Улучшение клиентского опыта на основе анализа данных социальных медиа

Василькова У.М. (ГУУ) – Анализ влияния UI/UX дизайна на конверсию сайта интернет-магазина

Гефкер О.Д. (СПбГЭУ) – К вопросу о трансформации копирайтерского текста

Дулин В.В. (СПбГЭУ) – Использование технологий VR и AR в рекламе и PR

Кадырова Ю.О. (СПбГЭУ) – Особенности digital-коммуникаций общественных пространств

- Климова Е.А.* (СПбГЭУ) – Искусственный интеллект как инновационный ресурс создания рекламных текстов: Pro et Contra
- Матвеева П.А.* (СПбГЭУ) – Корпоративный сайт как инструмент PR-деятельности
- Окунева А.С.* (СПбГЭУ) – SEO-копирайтинг: специфика, инструментарий и оценка эффективности
- Романова Е.Д.* (СПбГЭУ) – Блокчейн как фактор цифровой трансформации рекламы
- Семенов Ю.В.* (СПбГЭУ) – Персонализация рекламных объявлений в Digital-среде посредством анализа персональных данных
- Ториккина К.Г.* (СПбГЭУ) – Ивент-менеджмент в ресторанной сфере в эпоху цифровизации
- Уразова П.С.* (СПбГЭУ) – Ситуативный SMM-копирайтинг и юмор как эффективные инструменты продвижения бренда в социальных сетях (на примере Twitter-аккаунта Aviasales)
- Ходырева Д.А.* (СПбГЭУ) – Женские образы в телевизионной рекламе маркетплейсов
- Чжан Лумэн* (СПбГУ) – Влияние искусственного интеллекта на трансформацию рекламной индустрии в Китае
- Чжан Сяотун* (СПбГУ) – Коммуникационные стратегии брендов трансграничной электронной коммерции
- Цыпцына Е.А.* (СПбГЭУ) – Контекстная реклама как эффективный метод продвижения малого бизнеса (на примере ООО «СтройПрофильСПб»)
- Чижик А.В.* (СПбГУ) – Возможности использования чат-ботов для удержания клиента при взаимодействии с интерфейсом
- Шестеркина А.А.* (ГУУ) – Актуальные способы продвижения услуг фитнес-клубов в эпоху цифровой трансформации
- Шигаева С.А.* (НГЛУ) – Цифровая рекламная коммуникация

Секция 5. Брендинг и геобрендинг в условиях цифровизации

- Абрамова А.А., Бородина И.Р.* (ГУУ) – Инструменты продвижения геобренда «Дубровицы» в цифровой среде
- Александрова И.Ю.* (ГУУ) – Особенности реализации стратегии целостного торгового предложения бренда в веб-среде
- Боровской С.В.* (СПбГЭУ) – Цифровизация бренд-платформы как технология современного ресторанного бизнеса
- Ван Пин* (СПбГУ) – Цифровой брендинг учебных заведений в Китае
- Викторова М.И.* (ГУУ) – Особенности коммуникативного поля геобренда закрытого города в цифровой среде
- Голицына А.А.* (СПбГЭУ) – Бренд-коммуникации и их влияние на целевую общественность
- Ежова Е.Н., Мирзоева Д.Б.* (СКФУ) – Digital-технологии в формировании территориального имиджа туристских дестинаций Северного Кавказа (на примере курорта «Архыз»)
- Колик А.В.* (БГУ, Беларусь) – Значение видеоконтента для коммуникации белорусских брендов
- Крылова М.А., Якимов Ю.М.* (СПбГЭУ) – Об особенностях геобрендинга Санкт-Петербурга в условиях цифровой трансформации
- Куличенко Е.А.* (СПбГЭУ) – Ценностно-культурный подход в развитии геобрендинга региона (на примере города Иркутска)

Леськова Е.А., Ерунова К.А., Комиссарова Е.А. (ГУУ) – Особенности современного брендинга в цифровой среде
Медведников С.А. (СПбГЭУ) – Комьюнити-менеджмент – комплекс технологий формирования лояльного сообщества вокруг бренда
Пахомова Х.М. (СПбГЭУ) – Бренд вуза в системе геобрендинга
Пындык В.А. (ГУУ) – Брендинг малых территорий и его веб-инструменты
Рубчева А.В. (ГУУ) – Анализ коммуникационной активности геобренда «Геленджик» в социальных сетях
Сидтикова З.Р. (СПбГЭУ) – Цифровые технологии как инструмент повышения конкурентоспособности бренда
Сыркина А.Н. (СПбГЭУ) – Корпоративный герой и мерч в креативном брендинге

Секция 6. Актуальные стратегии цифровых коммуникаций в образовании

Виноградова В.Г. (СПбГЭУ) – Актуальные проблемы информационно-образовательной среды
Воспитанник И.В. (СПбГЭУ) – Особенности коммуникативного поведения студентов в режиме онлайн обучения
Данилова Н.И., Жукова Г.А. (СПбГЭУ) – Визуальные технологии в современном профессиональном образовании
Зверева Е.А., Серова С.А. (ТГУ им. Державина) – Опыт реализации образовательного проекта «Центр гибких компетенций в медиасфере»
Карпова Е.А. (ИТМО) – Когнитивные модели в условиях цифровизации образования
Кудрявцева М.Е. (СПбГЭУ) – К проблеме развития критического мышления в цифровую эпоху (факторы контекста)
Проскурякова А.А., Тимохович А.Н. (ГУУ) – Особенности коммуникационных стратегий в сфере онлайн-образования
Савельева И.Ю. (СПбГЭУ) – Коммуникационные образовательные технологии для GenZ
Семенова Л.М. (СПбГЭУ) – Принцип иммерсивности в цифровой дидактике
Степанова Е.Ю., Сытникова М.О. (ГУУ) – Мета-навыки в эпоху цифровизации образования
Урумян Э.В. (СПбПУ) – Цифровые технологии в развитии навыков коммуникации у студентов
Шапиро Д.М. (СПбГЭУ) – Особенности digital-продвижения в сфере образовательных услуг
Шемякина Е.Ю. (СПбГЭУ) – Коммуникативные принципы формирования вовлеченности студентов в образовательный процесс