

# PROGRAM CDT 2024

*Communication in the context of digital transformation*  
Коммуникации в условиях цифровой трансформации

**25 - 26 november 2024 St. Petersburg**





**ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**КОММУНИКАЦИИ  
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ**

**Программа  
VIII международной  
научно-практической конференции**

**(25-26 ноября 2024 года)**

**Санкт-Петербург**

## ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

25 ноября 2024 года

12:40, наб. канала Грибоедова, 30-32, ауд. 2041

**Модератор: Алексей Дмитриевич Кривонос** – докт. филол. наук, профессор, зав. кафедрой Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

**Ссылка на подключение:** <https://webinars.unecon.ru/3646/384460347>

**Регламент выступления – 10 мин.**

<b>Горбашко Елена Анатольевна</b> докт. эконом. наук, профессор, проректор по научной работе, Санкт-Петербургский государственный экономический университет	Приветственные слова
<b>Пруцких Андрей Александрович</b> канд. филол. наук, декан Гуманитарного факультета, Санкт-Петербургский государственный экономический университет	
<b>Soumaya El Badaoui (Сарая Эль Бадауи)</b> профессор, декан факультета Медиа (Каирский университет, Египет)	Искусственный интеллект в преподавании коммуникаций в Египте
<b>Лебедева Татьяна Юрьевна</b> (Европейский институт PR, Париж), <b>Кривонос Алексей Дмитриевич</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Искусственный интеллект в прикладных коммуникациях: практика VS этика, изучение VS обучение
<b>Курганова Екатерина Борисовна</b> (Воронежский государственный университет)	Цифровизация креативных индустрий: опыт применения ИИ-инструментов российскими fashion-брендами
<b>Макарова Людмила Сергеевна</b> (Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского)	Формирование профессиональных компетенций будущих журналистов в области искусственного интеллекта: опыт ННГУ им. Н.И. Лобачевского
<b>Багдасарян Диана Арцруновна</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Искусственный интеллект для решения образовательных задач высшего образования
<b>Берендеев Михаил Владимирович,</b> <b>Соколов Никита Романович</b> (Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта)	Искусственный интеллект в развитии территорий: от образов настоящего к пространствам будущего smart-городов

## СЕКЦИЯ 1. ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

**25 ноября 2024 года**  
**16:00, Москательный пер., д. 4, ауд. 203**

**Модератор: Кармалова Елена Юрьевна** – докт. филол. наук, доцент, профессор кафедры Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

**Ссылка на подключение:** <https://webinars.unecon.ru/3646/663421097>

**Регламент выступления – 10 мин.**

<b>Гремилов Александр Владимирович</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	ИИ в инновационных образовательных технологиях
<b>Захарова Александра Владимировна</b> (Новосибирский государственный технический университет)	Искусственный интеллект в повседневной жизни и профессиональной сфере специалиста по рекламе и PR
<b>Захарова Мария Васильевна</b> (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации)	Цифровые коммуникации в сфере туризма и гостеприимства
<b>Зверева Екатерина Анатольевна</b> (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина)	Интерпретация феномена «красота» ведущими журнальными брендами: доминирующие и периферийные коды культуры
<b>Прохоров Андрей Васильевич</b> (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина)	О способах повышения вовлеченности аудитории телеграм-каналов
<b>Семенова Елизавета Алексеевна</b> (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина)	Вовлеченность как основная метрика оценки эффективности ведения госпабликов Тамбовской области
<b>Шатаева Ольга Алексеевна, Плахотник Мария Сергеевна</b> (Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента НИУ ВШЭ)	Реклама «зеленого» рекрутинга ведущих российских компаний ESG (Green Recruitment Advertisement of Top ESG Russian Companies)

## СЕКЦИЯ 2. ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (молодые исследователи)

26 ноября 2024 года  
16:10, Москательный пер., д. 4, ауд. 203

**Модератор: Данилова Наталья Ильинична** – канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

**Багдасарян Диана Арцруновна** – руководитель комитета внешних связей Совета молодых ученых, ассистент кафедры Рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

**Регламент выступления – 8 мин.**

<b>Абдулаев Михаил Мушвигович</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Цифровые коммуникации в продвижении йога-студии
<b>Белов Артем Сергеевич</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Приемы ситуативного продвижения бренда в интернете в контексте экономики внимания
<b>Дулин Валерий Вячеславович</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Цифровые коммуникации в музыкальной сфере: особенности и тенденции продвижения музыкального контента
<b>Какоткин Андрей Олегович</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Идентичность бренда в диджитал-продвижении медицинской организации
<b>Самохвалова Анна Самировна</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Корпоративный сайт как цифровой инструмент развития корпоративной культуры в сфере логистики
<b>Шайдулин Михаил Русланович, Сафронова Жанна Сергеевна</b> (Санкт-Петербургский Химико-Фармацевтический Университет)	Предпочитаемые каналы коммуникации в управлении персоналом производственных фармацевтических компаний в условиях цифровизации отрасли
<b>Ким Яна Игоревна</b> (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)	Факторы, влияющие на восприятие бренда в цифровой среде

## СТЕНДОВЫЕ ДОКЛАДЫ

### Секция 1. Практика коммуникаций в условиях цифровизации

- Андреев Е. А., Бомбин А. Ю.** К вопросу о роли цифровых коммуникациях в бизнесе
- Ащуваков Т. Р., Кашук А. А.** Роль творческих лабораторий в цифровой адаптации учреждений культуры
- Бразевич Д. С.** Правовое регулирование коммуникаций в цифровой среде в контексте медиаинформационной грамотности молодежи
- Колчин Д. Ю.** Метаморфозы рекламы: от традиционных медиа к иммерсивным мирам метавселенной
- Колчин Е. Ю.** Цифровые кочевники как феномен современной культуры: риски и противоречия
- Скрипникова Н. Н.** Коммуникационная платформа в продвижении личного бренда авторов инновационных разработок
- Чжан Жуй.** Распространение основной идеологии Китая в цифровую эпоху
- Чжоу Шэннань.** Кризисная коммуникация и руководство общественным мнением в цифровую эпоху
- Шек-Иовсепянц А. Р., Данилова Н. И.** Digital-технологии продвижения компании в сфере малого бизнеса

### Секция 2. Искусственный интеллект в цифровом обществе

- Галактионова П. В., Степанов М. А.** Влияние технологий искусственного интеллекта на видеомаркетинг
- Емельянов С. М.** Информация как энергетическая субстанция в современных трендах цифровых коммуникаций
- Колесникова В. С., Ишанова А. К.** Медиадизайн будущего: как ИИ меняет лицо современной журналистики
- Кулюдина А. С., Чибисова Е. А.** Технологии искусственного интеллекта в создании визуального контента для продвижения брендов
- Прядко Д. С., Рассохина И. Ю.** Интернет-мемы как инструмент продвижения бренда
- Пыхтеева Д. Д., Ковалева А. А.** Искусственный интеллект как инструмент продвижения ресторанного бизнеса
- Сафиуллина Д. М., Кривонос А. Д.** Роль инструментов digital-продвижения для малого бизнеса

### Секция 3. Инструменты цифровых коммуникаций

- Артеага А. Э., Стаурская Н. В.** DOI Индекс как цифровой инструмент валидации экспертности (*Arteaga A. E., Staurskaya N.V. DOI Index as a Digital Tool for Validating Expertise*)
- Афанасов А. С., Новикова А. М., Данилова Н. И.** Специальные мероприятия как технология продвижения в условиях цифровизации
- Баранов М. А., Борисова Е. С.** Видеоконтент как средство продвижения для радиостанции
- Виноградова К. Е., Стрельбицкая А. А.** UGC-контент в продвижении туристических услуг (на примере курорта «Роза Хутор»)
- Кадесникова Е. С., Сафонова А. С.** Геймификация контента как инструмент цифрового маркетинга: тенденции и проблемы внедрения
- Ким Я. И., Кожевникова Д. В., Бразевич Д. С.** Влияние социальных сетей на формирование бренда компании
- Кольца М. В., Воспитанник И. В.** Современные инструменты продвижения косметических брендов
- Медведников С. А.** Применение инструментов цифровизации в событийной коммуникации
- Миносянц С. В., Жукова Г. А.** Современные цифровые технологии продвижения компании на российском рынке (на примере АО «Melon Fashion Group»)
- Окладникова К. Д., Пряхина А. В.** Цифровые инструменты в развитии социальной ответственности бизнеса сферы розничной торговли
- Попкова А. О., Вострикова И. Ю.** Интернет-продвижение компании на рынке B2B на примере ООО «Комминт»
- Свиридов Н. Н., Бомбин А. Ю.** Корпоративный блог как инструмент SEO в IT-сфере
- Чижик А. В.** Модели мотивации к использованию городских цифровых сервисов как инструмент территориального имиджмейкинга

## **Секция 4. Брендинг в условиях цифровизации**

**Аксенов К. В., Хромова А. А.** Цифровая идентичность кафе-кондитерской: создание запоминающегося бренда в онлайн-пространстве

**Александрова И. Ю., Щелканова А. С.** Анализ феномена виртуальной реальности как инструмента бренд-коммуникаций в цифровой среде

**Бердникова С. С., Смирнова А. А.** Особенности разработки цифрового контента для продвижения брендов галерей в России и за рубежом

**Кармалова Е. Ю., Крюкова М. О.** Исследование эффективности колористики и визуальной айдентики брендов

**Лексукова А.Е., Борисова Е. С.** Социальные сети и мессенджеры как инструмент формирования бренда малого бизнеса в эпоху цифровизации

**Матвеева П. А., Кармалова Е. Ю.** Исследование семантики геометрических форм в визуальной айдентике брендов

**Подхватилина А. Р., Лачина А. В.** Специфика продвижения брендов гольф-клубов в digital-пространстве (на примере гольф-клубов Санкт-Петербурга)

**Сыркина А. Н.** Toy culture в брендинге

## **Секция 5. Цифровые коммуникации в отрасли**

**Аксенов К. В., Михалко К. С.** Особенности цифровых коммуникаций благотворительных организаций

**Егорова П. В., Ковалева А. А.** SERM-технологии как часть управления цифровой репутацией для медицинских учреждений

**Новохацкая Д. С., Смирнова А. А.** Цифровые коммуникации в сфере культуры и искусства (на примере Arts Square Gallery)

**Савельева И. Ю., Петрова П. Д.** Особенности цифровых коммуникаций в индустрии элитарного спорта

**Семенова Л. М., Шурыгина М. М.** Цифровые инструменты продвижения концертов (на примере группы компаний NCA)

**Сорокина А. Д., Соколова Е. А.** Цифровые технологии как средство формирования корпоративного имиджа в металлургической отрасли

**Якименко Д. С., Вострикова И. Ю.** Современные инструменты цифрового продвижения компаний на мебельном рынке РФ

## **Секция 6. Креативные индустрии как драйвер брендинга в цифровую эпоху**

**Мухина О. С., Олешко В. Ф.** Брендинг цифровой эпохи: от личности к инновациям

**Первушина Э. В.** Усиление геобренда Санкт-Петербурга как культурной столицы за счет нарративных приёмов

**Сосновская А. М., Гвоздик А. Г.** Культурная память и идентичность в контексте ребрендинга Янтарной комнаты

**Шамина О. А., Шарапова О. А.** К вопросу об использовании искусственного интеллекта в медиабрендинге

**Шилина М. Г.** Креативные индустрии Москвы: трансформации цифровой кластеризации