



Коммуникации  
в условиях цифровой  
трансформации (CDT-2025)

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ

# Коммуникации в условиях цифровой трансформации

## ПРОГРАММА

IX международной научно-практической  
конференции CDT-2025

24-25 ноября 2025 г.  
Санкт-Петербург

**24 НОЯБРЯ 2025 ГОДА**

**11:00 – Открытие конференции**

**Место проведения:** Зал заседаний Ученого Совета СПбГЭУ  
(наб. канала Грибоедова, д. 30-32, 2 этаж, ауд. 2127)

**Ссылка для подключения:** <https://webinars.unecon.ru/j/3646/cdt-plenarnoe>

**Модератор:** *Кривоносов Алексей Дмитриевич*, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ, д-р филол. наук, профессор

**Приветственные слова:**

*Максимцев Игорь Анатольевич*, ректор, д-р экон. наук, профессор

*Суцеева Наталья Вячеславовна*, проректор по цифровому развитию, канд. экон. наук, доцент

*Генидзе Наталья Кирилловна*, заместитель декана Гуманитарного ф-та, канд. филол. наук, доцент

Пленарное заседание (регламент выступления – 10 мин.)

*Кривоносов Алексей Дмитриевич (СПбГЭУ), Лебедева Татьяна Юрьевна (IEERP, Париж):* Тренды и драйверы современных исследований коммуникаций в эпоху цифровых изменений

*Шилина Марина Григорьевна (РЭУ им. Г.В. Плеханова):* Искусственный интеллект как инструмент антикризисной коммуникации в сообществах веб 3.0 (онлайн)

*Семенова Елизавета Алексеевна (Тамбовский гос. ун-т):* Персонализация контента в региональных новых медиа (на примере сообщества Правительства Тамбовской области) (онлайн)

*Курганова Екатерина Борисовна (Воронежский гос. ун-т):* ИИ-агенты в практике цифровых бизнес-коммуникаций: возможности и вызовы (онлайн)

*Краснов Алекс Сергеевич (СПбПУ, СПбГУ):* Новые центры влияния: как инфлюенсеры меняют архитектуру публичной коммуникации

*Берендеев Михаил Владимирович., Соколов Никита Романович (БФУ им. И. Канта):* Искусственный интеллект как инструмент формирования манипулятивного медиадискурса в цифровую эпоху

**14:30 – Панельная дискуссия**

**«Тренды и драйверы цифровых коммуникаций»**

**Место проведения:** Зал заседаний СПбГЭУ  
(наб. канала Грибоедова, д. 30-32, 2 этаж, ауд. 2123)

**Ссылка для подключения:** [https://webinars.unecon.ru/j/3646/cdt-panelnaya\\_disc](https://webinars.unecon.ru/j/3646/cdt-panelnaya_disc)

**Модераторы:** *Виноградова Ксения Евгеньевна*, доц. каф. рекламы и связей с общественностью, канд. полит. наук; *Багдасарян Диана Арицруновна*, ассистент каф. рекламы и связей с общественностью

*Регламент выступления – 5-7 мин.*

**Бразевич Святослав Станиславович (СПбГЭУ):** Феномен современной электронной культуры в традициях коммуникационного подхода

**Захарова Мария Васильевна (РАНХиГС):** Цифровые коммуникации в сфере образовательного туризма (*онлайн*)

**Морошкин Семён Андреевич (СПбГУ):** Использование искусственного интеллекта при создании корпоративного видеоконтента

**Тимошенко Илья Алексеевич (Университет «Синергия»):** Влияние искусственного интеллекта на медиаповедение поколения Альфа (*онлайн*)

**Шаркова Ирина Викторовна (МГЛУ):** Актуальный архетипичный образ российских политиков в Telegram

#### *Стеновые доклады*

**Бразевич Д. С.** Современная информационная этика в контексте виртуальной коммуникации

**Данилова Н. И., Жукова Г. А.** Интеграция искусственного интеллекта в образовательную среду: новые возможности для обучения коммуникациям и цифровым технологиям

**Дегтярева А. В., Черediaкова А. Б.** Цифровые коммуникации в формировании и продвижении экологичного геобренда

**Емельянов С. М.** Интегрированные коммуникации в условиях цифровой трансформации  
**Зинцов К. С., Дуденкова Т. С.** Трансформация коммуникаций российского бизнеса в метавселенных

**Зуенкова Ю.А.** Возможности и риски продвижения на новых цифровых платформах (на примере мессенджера Макс)

**Кудрявцева М. Е.** Визуализация «крылатых» фраз с помощью искусственного интеллекта: филологические и психологические аспекты

**Ли Фэн, Вострикова И. Ю.** AI-генерируемая русскоязычная реклама: оценка качества  
**Масумова Н. Р., Ахмедова Ф. Ф.** UGC как стратегический инструмент брендинга в цифровой среде

**Медведников С. А.** К вопросу использования ИИ для разработки нестандартных креативных концепций (на примере яхт-клуба «Горская»)

**Мельникова Т. С., Рыженкова В. В.** Визуальный брендинг и особенности восприятия контента в цифровой среде

**Музыкант В. Л., Янь Яогун.** Искусственный интеллект и экосистема фейковых новостей в цифровом обществе

**Савельева И. Ю.** Цифровые медиа в современном образовании

**Смородина В. А.** Стримминг-платформа как инструмент расширения аудитории и продвижения бренда оперного театра

**Тугушева Э. Р., Смирнова Д. Ш.** Персональные бренды как драйверы цифровой коммуникации региона

**Юрмин М. Б.** Флешмобы в социальных сетях как механизм трансляции рискованного поведения среди молодежи

**Abbas N., Mezzano B.** On the main approaches to assessing the contribution of artificial intelligence to university rankings. The Chilean Case Study

**Izidorova T. A., Trishkina V. V., Klimin A. I.** Digital Branding and Trust Formation in B2B Transactions in Industrial Markets

**25 НОЯБРЯ 2025 ГОДА**

**11:00 – Круглый стол**

**«Массмедиа в условиях цифровой трансформации»**

**Место проведения:** Высшая экономическая школа СПбГЭУ  
(наб. канала Грибоедова, д. 34, 4 этаж, ауд. 417)

**Ссылка для подключения:** <https://webinars.unecon.ru/j/3646/cdt-ks>

**Модераторы:** *Чибисова Елена Александровна*, и.о. заведующего кафедрой теории и практики массмедиа, канд. филол. наук; *Пряхина Анна Валентиновна*, доцент кафедры теории и практики массмедиа, канд. филос. наук, доцент

Спикеры и эксперты (*регламент выступления – 7-10 мин.*)

*Лисенкова Анастасия Алексеевна (СПбПУ):* Проблема контроля и избирательности алгоритмов в медиа пространстве

*Смирнов Кирилл Игоревич (АО «Информационно-издательский центр Правительства Санкт-Петербурга «Петроцентр»):* Потребление видеоконтента в России: приоритеты целевого просмотра и фоновых коммуникаций

*Корнилова Евгения Евгеньевна (СПбГЭУ, Союз журналистов РФ, Международная академия телевидения и радио):* Кризис межпоколенческой коммуникации в эпоху новой медиареальности

*Белкова Наталья Николаевна (Коммуникационное агентство «4D»):* Генеративный контент в публичных коммуникациях: феномен «GPT-слепоты»

*Сопов Игорь Александрович (Избирательная комиссия Псковской области):* Массмедиа, ИИ и избирательная система: возможности и угрозы

*Чибисова Елена Александровна (СПбГЭУ):* Этические вызовы использования синтетического контента в массовых коммуникациях

*Воронкова Анна Сергеевна («Campo Verde Media Group», Совет по международному гуманитарному сотрудничеству и общественной дипломатии Евразийского международного университета, СПбГИК):* Массмедиа и искусственный интеллект: вызовы и возможности для культурной коммуникации

*Гузикова Ирина Александровна (Медиагруппа «Master-In»):* Механизмы влияния цифровых лидеров мнения на потребительское поведение

*Мисонженикова Мария Борисовна (СПбГУГА):* Цифровое взаимодействие с журналистами как один из ключевых факторов эффективности медиарилейнз в условиях трансформации

*Цзян Шуи (РУДН):* Инновации в кросс-культурном общении телеканала CGTN на русском языке в условиях цифровой трансформации (*онлайн*)

*Аксенов Кирилл Владимирович (СПбГЭУ):* Telegram-каналы как средство публичной дипломатии

*Стеновые доклады*

*Парфун А. В.* Генеративный аватар как инструмент брендинга в цифровой среде: анализ коммуникационной стратегии на примере кейса «Мира» для ритейл-сети «Магнит»

Городничева М. А. Искусственный интеллект в издательской отрасли: тенденции и проблемы (по материалам деловых СМИ)

Кун Мэннань. Стратегическое коммуникационное мышление для современных радио- и тележурналистов в международной коммуникации

### **16:10 – Секция молодых исследователей**

**Место проведения:** Гуманитарный ф-т СПбГЭУ  
(Москательный пер., д. 4., 2 этаж, ауд. 206)

**Ссылка для подключения:** <https://webinars.unecon.ru/j/3646/cdt-moluch>

**Модераторы:** *Данилова Наталья Ильинична*, доц. кафедры рекламы и связей с общественностью, канд. социол. наук, доцент; *Смирнова Анна Андреевна*, ст. преподаватель каф. рекламы и связей с общественностью

*Регламент выступления – 5 мин.*

**Захаров Андрей Сергеевич, Митронова Анна Сергеевна** (Университет мировых цивилизаций им. В.В. Жириновского): Влияние искусственного интеллекта на трансформацию цифровых коммуникаций (*онлайн*)

**Первушина Элизабетта Валерьевна** (РАНХиГС): Роль цифрового PR в государственных коммуникациях (*онлайн*)

**Усачева Дарья Игоревна** (СПбГЭУ): Цифровые инструменты коммуникационного продвижения компании бьюти-сферы (*онлайн*)

**Немерещенко Анжелика Вадимовна** (СПбГУ): Роль персонального бренда в формировании корпоративной идентичности в цифровой среде (*онлайн*)

**Билинская Валерия Вячеславовна** (СПбГЭУ): Формирование культуры цифровой безопасности в корпоративных коммуникациях B2B-сектора (*онлайн*)

**Феронова Валерия Андреевна, Бугаева Ирина Владимировна** (РГУ им. А.Н. Косыгина): Искусственный интеллект в интернет-журналистике: проблемы достоверности (*онлайн*)

**Рыжова Екатерина Андреевна, Говорухина Юлия Анатольевна** (БФУ им. И. Канта): Анализ эффективности применения генеративного ИИ в деятельности муниципальной газеты (*онлайн*)

**Быковский Анатолий Аркадьевич** (СПбГЭУ): Брендинг в регионе MENA в условиях цифровизации (*онлайн*)

### *Стендовые доклады*

*Авдеева П. В.* Цифровые коммуникации как инструмент усиления конкурентных преимуществ в российском малом бизнесе

*Аквазба Е. О., Ирикова М. С.* Цифровая семиотика брендинга северных территорий

*Богоудинов Б. В.* Цифровые коммуникации в продвижении услуг автомобильного тюнинга

*Давыскиба А. Д.* Специфика использования социальных сетей для коммуникационного продвижения стоматологических услуг

*Догадина А. В.* Особенности организации digital-коммуникаций компаний в сфере недвижимости

*Дулин В. В.* Цифровые коммуникации в сфере обучения стендапу и импровизации

*Зырянов М. В.* Метавселенные как новый этап развития цифровых коммуникаций

*Иванова К. А., Цуканова Т. А.* Цифровые коммуникации в деятельности учреждения культуры (на примере галереи современного искусства «ARTS SQUARE GALLERY»)

*Иванова Н. А., Ещенко А. В.* Использование технологий искусственного интеллекта в PR и рекламе

*Каракосова К. О.* Конструирование эмоциональной близости бренда: пропаганда бодипозитива в коммуникационных кампаниях

*Кононова В. Р., Терентьева А. А.* Тренды развития цифровых коммуникаций компании в сфере пищевой промышленности

*Коптилова Е. А.* Современные подходы к созданию узнаваемого бренда ресторана посредством цифровых коммуникаций

*Корнева Е. А.* SMM как инструмент формирования положительного имиджа инклюзивного проекта

*Кухарева М. Д.* Сквозная аналитика как элемент системы оценки эффективности цифровой рекламы и PR

*Ладейщиков С. Д.* Новые тренды развития копирайтинга в условиях цифровой трансформации

*Наквашина М. П.* Цифровые коммуникации как инструмент формирования и поддержания корпоративной культуры в условиях удаленной работы

*Окруй Б. Н.* Брендированные плейлисты как инструмент аудиобрендинга в контексте эмоционального продвижения

*Пенюк К. И.* Фиджитализация как тренд продвижения организаций в сфере культуры и искусства

*Потаскуева У. А.* Развлекательные ИИ-видео как инструмент формирования лояльности к чайному бренду в digital-среде

*Раков Н. А.* Цифровые коммуникации как способ продвижения малого бизнеса в сфере искусства

*Семущина В. А.* Специфика диджитал-продвижения компаний на рынке B2B через технологию подкастинга

*Стогний Е. А.* Роль цифровых коммуникаций в подготовке специальных событий (на примере фестивалей и городских мероприятий)

*Тисяк Р. А.* Геймификация как инструмент продвижения бренда рекламного агентства в диджитал-пространстве

*Харламов И. А.* Специфика цифрового продвижения гольф-клубов в России на примере «STRAWBERRY FIELDS GOLF CLUB»

*Цофнас К. И.* Сильный внутренний бренд в эпоху цифровой трансформации

*Щербакова Е. Э.* Специфика digital-сопровождения деятельности рекламных агентств на B2B рынке

*Щукина Е. А.* Коммуникационные технологии и инструменты инженерных компаний в условиях цифровой трансформации (на примере ООО «Регион»)

*Ячменева В. С., Педин М. О.* Роль цифровых платформ и социальных медиа в формировании репродуктивных намерений молодёжи