



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

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*)

Бразевич Дмитрий Святославович (СПбГЭУ): Современная информационная этика в контексте виртуальной коммуникации

Емельянов Станислав Михайлович (СПбГЭТУ): Интегрированные коммуникации в условиях цифровой трансформации (*онлайн*)

Зуенкова Юлия Александровна (РГГУ): Возможности и риски продвижения на новых цифровых платформах (на примере мессенджера Макс) (*онлайн*)

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

Музыкант Валерий Леонидович, Янь Яогуан (РУДН): Искусственный интеллект и экосистема фейковых новостей в цифровом обществе (*онлайн*)

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

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

Зинцов К. С., Дуденкова Т. С. Трансформация коммуникаций российского бизнеса в метавселенных

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

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

Мисонжникова Мария Борисовна (СПбГУГА): Цифровое взаимодействие с журналистами как один из ключевых факторов эффективности медиарилейшнз 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

Стендовые 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

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

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

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*)

Стеновые 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

Быковский А. А. Брендинг в регионе MENA в условиях цифровизации

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