

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО
ТРАНСПОРТА**

**МИНИСТЕРСТВО ОБЩЕГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ**

ООО «РГУПС – Экспо»

КАФЕДРА «МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ПРИКЛАДНАЯ ЛИНГВИСТИКА»

**Одиннадцатая Международная
научно-практическая конференция
«Реклама и связи с общественностью:
традиции и инновации»**

**в честь 95-летия
Ростовского государственного университета
путей сообщения**



Ростов-на-Дону

31 мая 2024 г.

31 мая 2024 г.

10:00 – 14:00 – пленарное заседание (в смешанном формате: г. Ростов-на-Дону, пл. Ростовского Стрелкового Полка Народного Ополчения, 2, аудитория А128; иногородние участники – в формате онлайн).

Просим участников и гостей, желающих присутствовать лично, написать организаторам конференции на адрес ruter_olga@mail.ru для оформления регистрации.

Ссылка на пленарное заседание:

Подключиться к конференции Microsoft Teams:

https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_NzFkYTRkYTAAtOGY4OS00YTkyLTk2MTQ0tMzMwY2NhYmVkYWZm%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%228ce003c0-6120-46e8-8579-63dedd499c8b%22%2c%22Oid%22%3a%22cd8fb356-b397-45bf-ae36-c5594f345c47%22%7d

Просим в аккаунте указывать настоящие полные фамилию, имя и отчество.

ПРИВЕТСТВЕННОЕ ОБРАЩЕНИЕ

ректора ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения»,
доктора технических наук, профессора
Верескуна Владимира Дмитриевича

ПРИВЕТСТВЕННОЕ ОБРАЩЕНИЕ

декана гуманитарного факультета ФГБОУ ВО «Ростовский государственный университет путей сообщения», кандидата технических наук, доцента
Осипова Владимира Александровича

ПРИВЕТСТВЕННОЕ ОБРАЩЕНИЕ

заведующего кафедрой «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика»
ФГБОУ ВО РГУПС, кандидата педагогических наук, доцента
Горюновой Елены Рудольфовны

ДОКЛАДЫ (регламент выступления – до 15 минут, прения – до 5 минут):

1. Репрезентация и продвижение бизнес-ивентов в региональном медиапространстве.

Байбатырова Наиля Мунировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций (Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева, г. Астрахань).

2. Развлекательные телевизионные программы Китая: коммуникация с аудиторией.

Шибут Ирина Петровна, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью; *Чжу Инин*, студентка (Белорусский государственный университет, г. Минск, Белоруссия).

3. Тексты коммуникационной стратегии как коммуникационный продукт.

Кривонос Алексей Дмитриевич, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой коммуникационных технологий и связей с общественностью (Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург).

4. Метод цифрового сторителлинга в формировании базовой коммуникативной компетенции студентов.

Исаева Татьяна Евгеньевна, доктор педагогических наук, профессор, заведующий кафедрой «Иностранные языки»; *Недоспасова Лариса Алексеевна*, старший преподаватель кафедры «Иностранные языки» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

5. Медиаправовая грамотность как критерий безопасной коммуникации.

Донских Анна Георгиевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры теории и практики массовой коммуникации (Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону).

6. Медийный текст в системе культурократических текстов: проблема смысла и демаркации границ.

Хорольский Виктор Васильевич, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики и литературы (Воронежский государственный университет, г. Воронеж).

7. Динамика медиапредпочтений «цифровой молодежи» (на материале опроса белорусских студентов).

Градюшко Александр Александрович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики (Белорусский государственный университет, г. Минск, Белоруссия).

8. Манипулятивная тактика реализации стратегии конкурентной борьбы участников шоу-бизнеса в сети Telegram.

Балахонская Людмила Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью в бизнесе; *Бобров Дмитрий Владимирович*, студент (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

9. Формирование положительного имиджа руководителя органа власти.

Нечай Елена Николаевна, пресс-секретарь Территориального органа Росздравнадзора по Ростовской области / кандидат филологических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

31 мая 2024 г.

14.30. – 17.00 – работа секций (в онлайн-формате / стендовые доклады)

**СЕКЦИЯ «МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ:
ФОРМАТЫ, ЖАНРЫ, ИННОВАЦИИ»**

Руководитель: *Горюнова Елена Рудольфовна*, кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Манипуляции цитатами для формирования нужной позиции: авторские инновации для экскурсоводов.

Алексушин Глеб Владимирович, доктор исторических наук, доцент, профессор кафедры маркетинга, логистики и рекламы (Самарский государственный экономический университет, г. Самара).

2. Манипулятивные технологии в современной рекламе.

Власова Ангелина Игоревна, студентка; *Гагина Ксения Геннадьевна*, студентка; *Карпова Маргарита Константиновна*, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры философии и социальных коммуникаций (Пензенский государственный университет, г. Пенза).

3. К вопросу об использовании рейтинга как инструмента манипулятивных технологий.

Горюнова Елена Рудольфовна, кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

4. Проблема манипулятивных технологий социально-психологического воздействия в массовых рекламных коммуникациях и феномен газлайтинга.

Душкина Майя Рашидовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социологии и рекламных коммуникаций Института социальной инженерии (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

5. Использование возможностей искусственного интеллекта в продвижении бренда (маркетинге).

Логинова Екатерина Витальевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции сервиса и туризма; *Чанурина Дарья Александровна*, студентка (Самарский государственный экономический университет, г. Самара).

6. Трендовые короткие видео: особенности коммуникации с аудиторией в социальных сетях.

Мазикова Наталья Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры рекламы (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

7. Манипулятивные технологии в рекламе и опыт их использования российскими банками.

Матвеева Ольга Захаровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры; *Казимиров Кирилл Сергеевич*, студент (Российский университет кооперации, г. Мытищи).

8. Виртуальный информационный повод как инструмент продвижения.

Половникова Ольга Владимировна, старший преподаватель кафедры «Связи с общественностью, сервис и туризм» (Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск).

9. Методики изучения влияния стимула страха на потребителя рекламы.

Ульянова Екатерина Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью; *Цымбал Валерия Станиславовна*, студентка (Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону).

СЕКЦИЯ «ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРОБЛЕМЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ»

Руководитель: *Олейникова Наталья Сергеевна*, ассистент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Проблемы современности в коммерческой рекламе.

Баймешова Светлана Петровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры социологии и рекламных коммуникаций; *Солдатова Софья Евгеньевна*, студентка (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

2. Журналистика как модератор процесса формирования медиареальности.

Головин Юрий Алексеевич, доктор культурологии, кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики; *Коханая Ольга Евгеньевна*, доктор культурологии, кандидат философских наук, доцент, профессор кафедры журналистики (Московский гуманитарный университет, г. Москва).

3. Проблемы и последствия формирования современной медиареальности массовыми медиакоммуникациями.

Душкина Майя Рашидовна, кандидат психологических наук, доцент кафедры социологии и рекламных коммуникаций Института социальной инженерии (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

4. Интернет-радио как современная форма коммуникации.

Иванченко Андрей Евгеньевич, ассистент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика»; *Большенко Илья Игоревич*, студент (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

5. Влияние рекламы на общественные ценности.

Логонова Екатерина Витальевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, логистики и рекламы; *Догошева Дарья Дмитриевна*, студентка (Самарский государственный экономический университет, г. Самара).

6. Функции PR-деятельности в информационно-коммуникативном пространстве.

Маркина Юлия Валерьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и культуры речи (Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону).

7. Журналистика с искусственным интеллектом: риски и перспективы.

Муха Анжела Викторовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры журналистики; *Коваленко Лилия Владимировна*, студентка (Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону).

8. Digital-технологии в маркетинге, рекламе и связях с общественностью: тенденции и инновации.

Олейникова Наталья Сергеевна, ассистент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

9. Типология СМИ как отражение социокультурного фона региона (по материалам издания «Атлас омских СМИ»).

Радионцева Екатерина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры истории, философии и социальных коммуникаций (Омский государственный технический университет, г. Омск).

10. Актуальные направления исследований эффектов применения онлайн-голосования: отечественный и зарубежный опыт.

Хубулури Екатерина Ильинична, доктор политических наук, профессор кафедры «Государственное и муниципальное управление»; *Стегленко Роман Дмитриевич*, студент; *Карнов Максим Александрович*, студент (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

СЕКЦИЯ «ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ, РЕКЛАМЕ, СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Руководитель: *Фадеева Наталья Вячеславовна*, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Влияние визуальных коммуникаций на журналистику, рекламу и PR: психологический контекст.

Акао Росс-Мери Перкинсовна, ведущий специалист по развитию бренда работодателя Группы компаний Б1 (Группа компаний Б1, г. Москва).

2. Визуальный модуль в арсенале медийной практики.

Киричѐк Пѐтр Николаевич, доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры журналистики (Московский гуманитарный университет, г. Москва).

3. Теоретические основы эффективности и прикладные инструменты создания бренд-персонажей.

Тхориков Борис Александрович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой сервисных технологий и бизнес-процессов (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва); *Клет Марина Петровна*, аспирантка (Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород).

4. Роль скетчинга в создании рекламы в современных реалиях.

Фадеева Наталья Вячеславовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

5. Изучение различий в дизайне фирменного стиля в эпоху новых медиа на примере компаний Mr. Muscle и Mr. Clean.

Цзин Лиянь, студентка; *Ульяновский Андрей Владимирович*, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Визуальные коммуникации в журналистике и рекламе» (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

6. Буктрейлер: многообразие, особенности и рекламный потенциал.

Шишкина Надежда Игоревна, кандидат филологических наук, доцент, заведующая кафедрой редакционно-издательских технологий (Белорусский государственный технологический университет, г. Минск, Белоруссия).

СЕКЦИЯ «МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС КАК ОБЪЕКТ ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО И ЖУРНАЛИСТСКОГО ИЗУЧЕНИЯ»

Руководитель: *Хорошевская Юлия Павловна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Документалистика в современном отечественном медиапространстве.

Иванченко Андрей Евгеньевич, ассистент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика»; *Волошкин Дмитрий Николаевич*, студент (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

2. Виды аудиосторителлинга в современной коммуникации.

Назайкин Александр Николаевич, доктор филологических наук, профессор кафедры теории и экономики СМИ (Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва).

3. Эволюция журналов о путешествиях в современном медиапространстве.

Полякова Ольга Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика»; *Смирнова Яна Михайловна*, студентка (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

4. К вопросу об особенностях перевода рекламного сообщения с английского языка на русский.

Солдатов Борис Георгиевич, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Мировые языки и культуры» (Донской государственный технический университет, г. Ростов-на-Дону); *Солдатова Наталья Викторовна*, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков (Российская таможенная академия, Ростовский филиал, г. Ростов-на-Дону).

5. Использование техник сторителлинга при создании PR-текстов.

Хорошевская Юлия Павловна, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону); *Барамыкова Анастасия Олеговна*, контент-менеджер (ООО «Грамата консалтинг», г. Ростов-на-Дону).

СЕКЦИЯ «ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И PR: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ, ИССЛЕДОВАНИЯ, ТЕНДЕНЦИИ»

Руководитель: *Полякова Ольга Александровна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Правовое регулирование рекламной деятельности в Российской Федерации.

Батманов Андрей Яковлевич, студент; *Покотыло Михаил Валерьевич*, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

2. К вопросу о подведомственности дел о ненадлежащей рекламе.

Васильева Ксения Валерьевна, кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права и процесса (Московский университет им. С.Ю. Витте, г. Москва).

3. Реклама как инструмент развития человеческого капитала малых форм аграрного производства.

Грицаенко Галина Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики (Мелитопольский государственный университет, г. Мелитополь).

4. Особенности рекламной деятельности малых сельхозпроизводителей.

Кузьменко Виктория Валериевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики (Мелитопольский государственный университет, г. Мелитополь).

5. Основные правовые и этические инструменты противодействия деструктивной информации в рекламе и связях с общественностью.

Самойленко Пётр Юрьевич, кандидат политических наук, доцент Школы искусств и гуманитарных наук (Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток).

СЕКЦИЯ «ИМИДЖМЕЙКИНГ И БРЕНДИНГ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ, РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»

Руководитель: *Андреева Екатерина Викторовна*, кандидат философских наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Роль принципов стилового единства как основы брендовой концепции ресторана в актуальных условиях «экономики впечатлений».

Андреева Екатерина Викторовна, кандидат философских наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

2. Особенности коммуникационной стратегии продвижения бренда территории.

Ершова Елена Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента (Смоленский государственный университет, г. Смоленск).

3. Коммуникационные стратегии в продвижении услуг общественного питания.

Жулина Елена Александровна, студентка; *Полякова Ольга Александровна*, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону); *Федорович Екатерина Валерьевна*, кандидат философских наук, доцент кафедры иностранных языков (Ростовский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону).

4. Внедрение диджитал-технологий в продвижение брендов в нише пиццерий.

Зайнуллина Ольга Алексеевна, старший преподаватель кафедры рекламы и визуальных коммуникаций; *Прытков Всеволод Николаевич*, студент (Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва).

5. Особенности эффективного продвижения ресторанного бизнеса в современном Владивостоке с помощью PR-коммуникаций.

Кон Екатерина Сергеевна, студентка; *Самойленко Петр Юрьевич*, кандидат политических наук, доцент Школы искусств и гуманитарных наук (Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток).

6. Социальные сети как PR-инструмент продвижения имиджа женщины-космонавта Анны Кикиной.

Кушваха Хуриуд Неждат кызы, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях»; *Тараненко Анна Владимировна*, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» (Московский авиационный институт (национальный научно-исследовательский университет, МАИ), г. Москва).

7. ESG-принципы продвижения компании в контексте устойчивого развития (на примере Ozon и Alibaba).

Немировская Елена Павловна, кандидат социологических наук, заведующий кафедрой рекламы и визуальных коммуникаций; *Саргсян Лилия Геворговна*, студентка; *Серета Софья Денисовна*, студентка (Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва).

8. Образ сотрудника правоохранительных органов в отечественной массовой культуре: от идеализации и героизации до откровенной «чернухи».

Покотыло Михаил Валерьевич, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

9. Факторы эффективности рекламных креативов.

Романова Юлия Владимировна, студентка; *Логинова Екатерина Витальевна*, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга,

логистики и рекламы (Самарский государственный экономический университет, г. Самара).

10. Потенциал выпускников как лидеров мнений для популяризации образовательной деятельности вуза.

Черноштан Ольга Николаевна, кандидат философских наук, доцент кафедры «Иностранные языки»; *Недоспасова Лариса Алексеевна*, старший преподаватель кафедры «Иностранные языки» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

СЕКЦИЯ «МАССОВОЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ»

Руководитель: *Гаргацова Светлана Магомедовна*, старший преподаватель (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Создание комфортной воспитательной среды в студенческой аудитории.

Гаргацова Светлана Магомедовна, старший преподаватель кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

2. Способы формирования soft skills у будущих журналистов.

Макарова Наталия Яковлевна, кандидат педагогических наук, доцент, декан факультета журналистики (Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва).

3. Конкурентоспособность специалистов по рекламе и PR в ракурсе применения полученного багажа знаний.

Хмелев Алексей Вячеславович, старший преподаватель кафедры систем автоматизированного проектирования (Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, г. Новосибирск).

СЕКЦИЯ «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ И МЕТОДИКИ ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН»

Руководитель: *Покотыло Михаил Валерьевич*, кандидат филологических наук, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

1. Культура речи современной молодежи.

Библов Александр Александрович, студент; *Покотыло Михаил Валерьевич*, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

2. Особенности влияния языкового сознания носителей русского и английского языков на их мышление.

Мазнева Юлия Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков; *Андреева Ксения Михайловна*, студентка (Российская таможенная академия, Ростовский филиал, г. Ростов-на-Дону).

3. К вопросу использования «коммуникативного репертуара» в качестве средства понимания и анализа взаимодействия при обучении английскому языку студентов технического вуза.

Малишевская Наталья Александровна, доктор философских наук, профессор кафедры «Иностранные языки» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону) / профессор кафедры иностранных языков и речевых коммуникаций (Южно-Российский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Ростов-на-Дону); *Бессарабова Ольга Николаевна*, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Иностранные языки» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

4. Лексические особенности перевода экологических терминов.

Медведева Марина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков (Ростовский юридический институт Министерства внутренних дел Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону).

5. Использование модульных тестов в преподавании филологических дисциплин.

Пржевальская Анна Викторовна, старший преподаватель (Витебский государственный ордена Дружбы народов медицинский университет, г. Витебск, Белоруссия).

6. Перспективы платформы «Quizlet» для изучения профессиональной лексики на иностранном языке.

Хлебникова Мария Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

7. Лингвистика и юриспруденция: междисциплинарные связи в контексте синхронии и диахронии.

Шилова Елена Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры иностранных языков (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

**СЕКЦИЯ «РЕКЛАМА, PR, ЖУРНАЛИСТИКА В ИССЛЕДОВАНИЯХ
МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ»
(формат – стендовые доклады)**

Руководитель: *Иванченко Андрей Евгеньевич*, ассистент кафедры «Массовые коммуникации и прикладная лингвистика» (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

**Подсекция «МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ
И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ФОРМАТЫ, ЖАНРЫ, ИННОВАЦИИ»**

1. Маскировка под виртуального собеседника как инновационная форма рекламного объявления.

Безух Полина Михайловна, студентка (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

2. Проблема нативной рекламы как манипулятивной технологии воздействия в рекламных коммуникациях на медиаплатформах.

Бруг Марк Сергеевич, студент (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

3. История происхождения и развития концепции «окна Овертона».

Денисов Роман Андреевич, студент (Государственный университет управления, г. Москва).

4. Манипулятивные технологии в рекламе и их развитие во времени.

Жельбин Артем Александрович, студент (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

5. Троллинг как тип коммуникативного поведения.

Мелкумян Марк Ашотович, студент (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

6. Проблема манипулятивных технологий воздействия в рекламных коммуникациях с детьми.

Федотова Мария Юрьевна, студентка (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

7. Языковая манипуляция в рекламной коммуникации.

Чернопятова Влада Вячеславовна, студентка (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

Подсекция «ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ, ПРОБЛЕМЫ, ПОСЛЕДСТВИЯ»

1. Студенческий медиацентр как площадка для развития профессиональных навыков.

Ветрова Екатерина Александровна, студентка; *Пудовкина Марина Петровна*, студентка (Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, г. Тамбов).

2. Теория сексуальных сценариев в контексте молодежно-ориентированных ТВ-шоу.

Гамева Габриэла Мартинова, студентка (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

3. Социальные сети в коммуникационной деятельности органов исполнительной власти (на примере УФСИН России по Хабаровскому краю).

Запорожец Дарья Андреевна, студентка (Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород).

4. Опыт «Южной службы новостей» в использовании технологий искусственного интеллекта при создании визуального контента.

Иванова Алина Евгеньевна, студентка (Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), г. Ростов-на-Дону).

5. Перспективы и проблемы формирования СМИ медиареальности как актуальный вопрос современности.

Игнатьев Алексей Геннадьевич, студент (Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва).

6. Использование виртуальных ассистентов в рекламе.

Куршина Анна Васильевна, студентка (Российский государственный гуманитарный университет, г. Москва).

7. Проблемы противодействия экстремизму в социальных сетях и мессенджерах.

Маринова Валерия Сергеевна, студентка (Астраханский государственный университет им В.Н. Татищева, г. Астрахань).

8. Технологии виртуальной реальности в современной медиасфере.

Мулляминова Аделия Мансуровна, студентка (Астраханский государственный университет им В.Н. Татищева, г. Астрахань).

9. Медиаагрегаторы в экосистеме E-commerce.

Син Байян, аспирант (Московский государственный университет им М.В. Ломоносова, г. Москва).

10. Развитие китайской медиакультуры в 2020-е годы.

Чжу Пэнсяо, аспирантка (Воронежский государственный университет, г. Воронеж).

Подсекция «ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ЖУРНАЛИСТИКЕ, РЕКЛАМЕ, СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

1. Визуальная коммуникация китайских социальных медиа в международной журналистике.

Гао Цяньнань, аспирантка (Белорусский государственный университет, г. Минск, Белоруссия).

2. Влияние элементов игрофикации в веб-интерфейсах на поведение пользователей.

Гуринова Анастасия Викторовна, студентка (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

3. Визуальный молоток бренда – построение визуальной системы бренда.

Дун Шаньшань, студентка (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

4. Основные этапы создания фирменного стиля организации.

Киселева Владислава Ивановна, студентка (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

5. Контент-стратегия как современный способ PR сетевых медиа.

Корниевская Екатерина Дмитриевна, аспирантка (Белорусский государственный университет, г. Минск, Белоруссия).

6. Применение традиционных китайских цветов в мобильных приложениях.

Ли Сяонань, студентка (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

7. Визуальные характеристики цвета в китайской косметической рекламе.

Лу Сяни, студентка (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

8. Issues of current research of transport wayfinding systems and navigation signs on the example of Moscow Metropolitan.

Слепышева Алиса Алексеевна, студентка (Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Москва).

9. Визуальная культура рекламы напитков Китая: основные элементы и характеристики.

Цао Бобо, студент (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

Подсекция «МЕДИАТЕКСТ И МЕДИАДИСКУРС КАК ОБЪЕКТ ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО И ЖУРНАЛИСТСКОГО ИЗУЧЕНИЯ»

1. Особенности приёмов геймификации в региональных СМИ (на примере Ростовской области).

Водолазская Оксана Витальевна, студентка (Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону).

2. Роль этических норм при освещении скандалов в СМИ.

Гафарова Алина Маратовна, студентка (Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону).

3. Специфика подачи информации на YouTube-каналах посредством интервью.

Затулина Яна Евгеньевна, студентка (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

4. Перспективы развития нативной рекламы в современных условиях.

Кочерга Снежана Владимировна, студентка (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

5. Работа с архивными данными как метод в журналистских расследованиях.

Лазарева Елизавета Вадимовна, студентка (Астраханский государственный университет им В.Н. Татищева, г. Астрахань).

6. Комментарии в госпабликах: инструмент коммуникации населения с властью.

Мариева Екатерина Александровна, студентка (Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород).

7. Технологии виртуальной реальности в современных средствах массовой информации (на примере иммерсивной журналистики).

Созаева Алина Сейрановна, курсант (Ростовский юридический институт МВД Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону).

8. Роль таргетированной рекламы в создании эффективной рекламной кампании.

Труфанов Вадим Витальевич, студент (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

Подсекция «ИМИДЖМЕЙКИНГ И БРЕНДИНГ В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ, РОЛЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»

1. Информационно-коммуникативные стратегии продвижения пресс-службы Федерального агентства по делам молодёжи.

Альжанова Ляйсан Армановна, студентка (Астраханский государственный университет им В.Н. Татищева, г. Астрахань).

2. Значение брендинга в медиапространстве в сфере общественного питания.

Атаян Артур Артемович, студент; *Тимонин Алексей Владимирович*, студент (Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва).

3. Технологии создания и продвижения российских медиаплатформ на примере «VKвидео».

Бубнова-Айрапетян Линда Александровна, студентка; *Клычков Анатолий Валентинович*, студент (Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва).

4. Особенности формирования и продвижения положительного имиджа города (на примере города Екатеринбург).

Каратаева Аделина Владимировна, студентка (Нижегородский государственный университет им. Н.И Лобачевского, г. Нижний Новгород).

5. Блог как инструмент маркетинговых коммуникаций.

Красникова Софья Денисовна, студентка (Самарский государственный экономический университет, г. Самара).

6. Основные особенности социальных сетей как инструмента продвижения торговой марки коммерческой компании.

Круглова Елизавета Романовна, студентка (Волгоградский государственный социально-педагогический университет, г. Волгоград).

7. Образ женщины-предпринимателя в Астраханской региональной прессе.

Леонтьева Дарья Алексеевна, студентка (Астраханский государственный университет им В.Н. Татищева, г. Астрахань).

8. Особенности использования креативных технологий в рекламной стратегии компании.

Михеева Екатерина Николаевна, студентка (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

9. A study on Taylor Swift's promotional strategy for her studio albums releases.

Прохоров Дмитрий Алексеевич, студент (Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва).

10. Брендбук как система корпоративной айдентики.

Розинская Александра Дмитриевна, студентка (Самарский государственный экономический университет, г. Самара).

11. Графический дизайн и его роль в спортивном СМИ (на примере сайта Sports).

Филатов Михаил Михайлович, студент (Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва).

12. Медиатизированный образ НКО в контексте визуальной репрезентации идентичности ее бренда в социальных медиа.

Хлебников Никита Сергеевич, студент (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург).

13. Технологии создания медиабренда в современном мире.

Худяков Никита Сергеевич, студент (Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, г. Москва).

14. Продвижение российских брендов в условиях санкций (на примере бренда «Твоё»).

Шатурная Юлия Сергеевна, студентка (Белгородский государственный университет, г. Белгород).

15. Особенности использования элементов бренда в рекламной кампании организации.

Яремчук Мария Александровна, студентка (Ростовский государственный университет путей сообщения, г. Ростов-на-Дону).

Подсекция «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОЛОГИИ И ПРЕПОДАВАНИЯ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН»

1. Английский язык на современном этапе.

Задорожная Серафима Юрьевна, студентка (Российская таможенная академия, Ростовский филиал, г. Ростов-на-Дону).

2. Ономастика и топонимика: сравнительный анализ.

Зинченко Игорь Николаевич, курсант (Ростовский юридический институт МВД Российской Федерации, г. Ростов-на-Дону).