



**Eurasian .
Marketing .
Conference .**

ПРОГРАММА

**2-я Евразийская
конференция по маркетингу**

**2 Eurasian Marketing
Conference EMC-2024**

2-я Евразийская конференция по маркетингу «Маркетинг экономического роста»

Программа

Москва, ГУУ, Центр информационных технологий (ЦИТ), 29 ноября 2024 года

ЦИТ ГУУ, атриум

9.00-10.00 Регистрация, приветственный кофе-брейк

10.00-10.10 Приветствие и открытие конференции



Интернет трансляция

Ректор ГУУ, д.э.н., профессор *Строев Владимир Витальевич*

10.10-11.20 Пленарная дискуссия

«Развитие маркетинга в реальном секторе экономики»

Модератор: директор Института маркетинга ГУУ, д.э.н., профессор *Азоев Геннадий Лазаревич*

Участники дискуссии:

1. *Бостанов Рустам Мырзакулович, партнер консалтинговой компании The Edgers, руководитель практики «Промышленность и энергетика»*
2. *Демидов Максим Андреевич, директор по концепции форматов и клиентскому опыту ПАО «Магнит»*
3. *Илиопуло Алеко, генеральный директор компании eконіka*
4. *Карасёв Николай Алексеевич, президент производственного объединения «Форэнерго»*
5. *Насретдинов Ренат Шамильевич, вице-президент по корпоративному развитию, слияниям и поглощениям ПАО «ВымпелКом» (Билайн)*
6. *Яхин Вячеслав Евгеньевич, директор по развитию цифровых сервисов ПАО «ВымпелКом» (Билайн)*

Обсуждаемые вопросы:

- Роль российского маркетинга в преодолении негативного влияния экономических санкций
- Маркетинг в освоении новых рыночных ниш
- Маркетинг в достижении импортнезависимости
- Причины медленного развития маркетинга в сфере B2B
- Каких компетенций не хватает современным выпускникам
- Новые отрасли и сферы деятельности маркетологов

11.20-11.50 Кофе-брейк

11.50-13.00 Пленарная дискуссия

«Развитие маркетинговых парадигм: трансформация методологии»



Интернет трансляция

*Модератор: ординарный профессор НИУ ВШЭ, д.э.н., профессор
департамента маркетинга ВШБ Третьяк Ольга Анатольевна*

Участники дискуссии:

1. *Абаев Алан Лазаревич, д.э.н., декан факультета рекламы и связей с общественностью РГГУ*
2. *Аренков Игорь Анатольевич, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия, предпринимательства и инноваций СПбГУ*
3. *Багиев Георгий Леонидович, д.э.н., профессор кафедры менеджмента и инноваций СПбГЭУ (онлайн)*
4. *Зобов Александр Михайлович, к.э.н., профессор, заведующий кафедрой маркетинга РУДН*
5. *Каленская Наталья Валерьевна, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой маркетинга Казанского (Приволжского) Федерального университета (онлайн)*
6. *Скоробогатых Ирина Ивановна, Doctor of Economics, Professor, Visiting professor of marketing & international business at Marbella University center (онлайн)*
7. *Юлдашева Оксана Урняковна, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой маркетинга СПбГЭУ*

Обсуждаемые вопросы:

- Основные траектории изменения содержания концепции и новые акценты маркетинговой деятельности
- Целевые ориентиры и подходы к измерению долговременных результатов маркетинга
- Маркетинг в платформенном бизнесе
- Новые технологии, ИИ и их грамотное встраивание в различные виды маркетинговой деятельности
- Изменение методов исследования и информационных источников
- Маркетинг и активный процесс «переформирования» цепочек создания ценности

13.00-14.00 Обед

14.00-16.30 Работа секций

16.30-18.30 Подведение итогов конференции

Фуршет: 30-летие кафедры маркетинга и 20-летие Института маркетинга
ГУУ

Программа работы секций

14.00-16.30

Секция 1. Маркетинг в изменяющемся мире: модели и тренды



Интернет трансляция

Аудитория ЦИТ-211

Модераторы: Юлдашева Оксана Урняковна, заведующий кафедрой маркетинга СПбГЭУ, д.э.н., профессор. Ларина Ольга Игоревна, заместитель директора Института маркетинга ГУУ по научной работе, к.э.н., доцент

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Юлдашева Оксана Урняковна	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, заведующий кафедрой маркетинга, профессор	Евразийский маркетинг: поиск идентичности
Аренков Игорь Анатольевич, Иванова Динара Владимировна, Бичун Юлия Андреевна	Санкт-Петербургский государственный университет, заведующий кафедрой экономики предприятия, предпринимательства и инноваций, профессор Санкт-Петербургский государственный университет, доцент Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент	Трансформация маркетинга и рынков: предпосылки и тенденции
Морозов Владимир Александрович	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова Экономический факультет, профессор кафедры философии и методологии экономики	Совместимость маркетинговых парадигм
Токарев Борис Евгеньевич	Государственный университет управления, профессор кафедры маркетинга	Анализ возможности использования искусственного интеллекта в подготовке маркетологов
Алешникова Вера Ивановна	Государственный университет управления, профессор кафедры маркетинга	Поддержка и продвижение региональных брендов
Долгополов Дмитрий Владиславович	Государственный университет управления, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью	Формирование положительного имиджа межрегиональных путешествий по России
Салихова Яна Юрьевна, Лизовская Вероника Владимировна	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент	Новый взгляд на маркетинговые компетенции: актуальные требования бизнеса

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент	
Хасанова Татьяна Павловна	Ментор в проектах Astana Hub, MOST BI.GCIP, Jas Ventures, квалифицированный ЕБРР эксперт в сфере маркетинга, операционного и стратегического управления	Коммерциализация научной работы: маркетинговый аспект
Николаева Татьяна Петровна	Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, доцент	Роль российского маркетинга в преодолении негативного влияния экономических санкций
Янчук Александр Леонидович	Белорусский государственный экономический университет, доцент	Технологический трансфер как инструмент продвижения агропродовольственной продукции на глобальных рынках
Трушников Ирина Олеговна	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент	Исследование факторов спроса на безрецептурные препараты среди российских потребителей
Макушева Ольга Анатольевна	Российский государственный гуманитарный университет, факультет рекламы и связей с общественностью, доцент кафедры медиакоммуникаций	Повышение эффективности деятельности гостиничных предприятий на основе диверсификации
Горелов Олег Игнатьевич, Горелова Светлана Игнатьевна	Российский государственный гуманитарный университет, факультет рекламы и связей с общественностью, доцент кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы Российский государственный гуманитарный университет, факультет рекламы и связей с общественностью, доцент кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы	Национальный бренд «Россия» в контексте концепции пространственного развития

14.00-16.30

Секция 2. Евразийская интеграция: на пути к устойчивому развитию



Интернет трансляция

Аудитория **ЦИТ-218**

Модераторы: Окольнишникова Ирина Юрьевна, заведующий кафедрой маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ, д.э.н., профессор. Шишакова Юлия Валентиновна, заместитель директора Института маркетинга ГУУ, к.э.н., доцент

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Журавская Ксения Сергеевна	Белорусский государственный университет, факультет международных отношений, кафедра международных экономических отношений; старший преподаватель	Переход к устойчивым бизнес-моделям в странах ЕАЭС: роль ESG-факторов в формировании маркетинговой стратегии компании
Степаненко Дмитрий Михайлович	Белорусско-Российский университет, доцент кафедры «Маркетинг и менеджмент»	Юридические основания экологической функции государства в Российской Федерации и Республике Беларусь
Сурамбаева Астра Ташганбековна	Научно-исследовательский университет «Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова», начальник учебно-методического отдела	Методологические основы исследования организации обучения в вузе как условие формирования профессиональной успешности студента
Казначеева Юлия Владимировна	Белорусский государственный экономический университет, ассистент кафедры международного бизнеса	Патентный ландшафт: особенности аналитического продукта и возможности его разработки в ЕАЭС
Керимбаева Ажар Адилханкызы	Алматинский технологический университет, ассистент-профессор	Маркетинг и экономический рост: производство и потребление напитков в странах Евразийского экономического союза (ЕАЭС)
Жапан Акбота Болаткызы	Алматинский технологический университет, докторант	Влияние маркетинга в управлении человеческими ресурсами
Момынкулова Сауле	Алматинский технологический университет, докторант	Повышение инвестиционной привлекательности государств-членов ЕАЭС
Петрушкевич Елена Николаевна	Белорусский государственный экономический университет, доцент кафедры мировой экономики, докторант	Маркетинговые технологии освоения высвобождающихся рыночных ниш
Петрашевская Юлия Викторовна	Белорусский государственный университет, преподаватель кафедры международного туризма	Маркетинговые стратегии в креативных индустриях (на примере стран ЕАЭС)
Мамаев Эльдияр Нурбекович	Ошский государственный университет, докторант в области экономики, преподаватель ИЭБиМ	Персонализированный подход в маркетинге строительных компаний для нахождения и удержания клиентов
Ташкулова Гульэра Бегимкуловна	Ошский государственный университет, доцент кафедры бухгалтерского учета и экономического анализа	Цифровой маркетинг экономического развития регионов
Гордюшина Екатерина	Научно-исследовательский университет «Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова», соискатель	Применение целевого маркетинга в нивелировании последствий государственного регулирования (на примере

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
		сотового оператора в Кыргызстане)
Боконбаева Айжан Кулубековна	ОсОО «Монт Тех», коммерческий директор, соискатель кафедры экономической теории Экономического факультета Кыргызско-Российского Славянского университета	Эколого-экономическая компетентность – важное условие евразийского делового сотрудничества

14.00-16.30

Секция 3. Маркетинг инновационных продуктов: завоевание рыночных ниш



Интернет трансляция

Аудитория **ЦИТ-219**

Модераторы: Токарев Борис Евгеньевич, д.э.н., профессор кафедры маркетинга ГУУ. Богданова Виктория Геннадьевна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга ГУУ

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Борис Евгеньевич Токарев	Государственный университет управления, профессор кафедры маркетинга	Маркетинговая модель мониторинга развития инновационных ниш
Алешина Ирина Викторовна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Маркетинг, экономический рост и развитие
Герасименко Валентина Васильевна, Короткова Полина Андреевна	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, экономический факультет, заведующий кафедрой маркетинга Магистрант	Маркетинговые инструменты рыночного роста российских IT-стартапов
Богданова Марина Валерьевна, Богданова Виктория Геннадьевна	Государственный университет управления, профессор кафедры маркетинга Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Маркетинговая стратегия продвижения отечественной инновационной и высокотехнологичной продукции
Александров Андрей Михайлович	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, директор Центра развития инноваций, доцент кафедры маркетинга	Применение теории живых систем в маркетинге инноваций
Чурлей Эдуард Генрихович	Белорусский государственный университет, доцент	Форсайт в маркетинге как инструмент разработки ниш инновационных продуктов

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Рыбакова Юлия Владимировна	Санкт-Петербургский государственный университет, GS Group, руководитель направления по маркетингу	Проблемы и вызовы маркетинговых исследований на промышленном рынке: кейс анализа рынка печатных плат
Петренко Елена Степановна	Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, профессор кафедры менеджмента спорта и активного досуга, Государственный университет управления, профессор кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента	Маркетинг инновационных продуктов: завоевание рыночных ниш
Веретехина Светлана Валерьевна	Финансовый университет при Правительстве РФ, доцент	Экспортный маркетинг как инструмент повышения потребительской ценности наукоемкого изделия
Христофорова Ирина Владимировна	Российский государственный гуманитарный университет, факультет рекламы и связей с общественностью, профессор кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы	Маркетинг инновационных продуктов в сферах креативных индустрий
Ижевский Вадим Эдуардович	Государственный университет управления, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью	Эволюция научного предвидения: профессия визионер

14.00-16.30

Секция 4. Развитие промышленного маркетинга



Интернет трансляция

Аудитория **ЦИТ-110**

Модераторы: Аleshникова Вера Ивановна, профессор кафедры маркетинга ГУУ, д.э.н., профессор. Силина Светлана Александровна, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ, к.э.н., доцент

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Мариупольский Владислав Аркадьевич	Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», ассистент	Управление конкурентоспособностью продукции промышленных предприятий строительной отрасли
Веретехина Светлана Валерьевна	Финансовый университет при Правительстве РФ, доцент	Агент-ориентированная модель поведения технического специалиста в искусственно-созданной среде системы

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
		технической эксплуатации зарубежного заказчика
Ларина Ольга Игоревна, Краснов Евгений Владимирович	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Лизинг как специфический финансовый продукт: особенности маркетингования и обзор рынка
Зуенкова Юлия Александровна	Российский государственный гуманитарный университет, доцент кафедры брендинга и визуальных коммуникаций	Методика сканирования горизонтов для рынка медицинских изделий
Береговская Татьяна Александровна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Маркетингование инновационных производственных стартапов на промышленных рынках: основные препятствия и пути преодоления
Вечкинзова Елена Анатольевна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Разработка контент стратегии технопарков и технополисов как субъектов инновационной промышленной инфраструктуры
Фирсова Ирина Анатольевна	Российский государственный гуманитарный университет, факультет рекламы и связей с общественностью, профессор кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы	Принципы и факторы развития маркетинга на промышленных предприятиях
Чернова Марина Александровна	Российский государственный гуманитарный университет, факультет рекламы и связей с общественностью, доцент кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы	Профессионально- дифференцированный маркетинг на рынке B2B
Погребова Ольга Анатольевна	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент кафедры маркетинга	Уровень развития маркетинга, управляемого данными: результаты эмпирического исследования российских компаний

14.00-16.30

Секция 5. Новые цифровые маркетинговые решения



Интернет трансляция

Аудитория ЦИТ-117

Модераторы: Стеблякова Лариса Петровна, д.э.н., профессор кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ; Семенов Игорь Владиславович, к.э.н., доцент кафедры маркетинга ГУУ

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Мусатова Жанна Борисовна	Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ, доцент департамента маркетинга	Развитие бизнес-экосистем для малого и среднего бизнеса
Сумарокова Екатерина Викторовна, Недашковская Александра Степановна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга Магистрант	Применение авиакомпаниями технологий искусственного интеллекта в обслуживании клиентов
Ташлыкова Екатерина Александровна	Банк ВТБ (ПАО), эксперт	Развитие бизнес-экосистем для малого и среднего бизнеса
Ниязбекова Шакизада	Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, доцент	Развитие маркетинга электронного банкинга в условиях рынка
Курина Татьяна Николаевна	РосНОУ (г.Москва), доцент кафедры менеджмента	Цифровой маркетинг в реализации стратегии развития предприятия
Колосова Ольга Анатольевна, Андреева Анжелика Леонидовна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга Государственный университет управления, старший преподаватель кафедры маркетинга	Цифровая платформа как инструмент развития сферы упаковочных решений в концепции устойчивого развития
Хоменко Екатерина Борисовна	Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, профессор	Инструменты монетизации проектов в сфере изобразительного искусства в цифровой экономике
Бутковская Галина Вальдеровна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Маркетингование цифровых продуктов
Крючкова Галина Александровна	Государственный университет управления, старший преподаватель кафедры маркетинга услуг и бренд- менеджмента	Основные направления внедрения цифровых технологий в продвижении брендинга территорий
Семенов Игорь Владиславович	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Цифровые маркетинговые инструменты решения стратегических задач компании на рынке дизайна интерьеров
Равшанова Гулчехра Равшановна,	Ташкентский государственный экономический университет, преподаватель, научный сотрудник	Новые цифровые маркетинговые решения

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Шаропова Нафосат Раджабовна	Ташкентский государственный экономический университет, доцент	
Яненко Михаил Евгеньевич, Яненко Марина Борисовна	Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова, доцент Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, профессор Высшей школы сервиса и торговли	Маркетинг в контексте цифровой трансформации: инновационные технологии, методы, бизнес-модели
Артюнин Алексей Дмитриевич	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, аспирант, ассистент кафедры маркетинга	Особенности использования эмоционально-окрашенных прилагательных российскими телеком-брендами в социальной сети ВКонтакте
Павлова Ольга Александровна	Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет (СПбГЭТУ «ЛЭТИ»)	Роль цифрового маркетинга в процессе формирования ментального образа территорий
Дианина Елена Вадимовна	Государственный университет управления, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью	Применение искусственного интеллекта и нейросетей в рекламной коммуникации
Сердобольская Иванна Олеговна	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент кафедры маркетинга	Система мониторинга и аналитики социальных медиа и СМИ – новый инструмент маркетинговых исследований

14.00-16.30

**Секция 6. Персонализация и геймификация в маркетинге: поиск
актуализированных покупателей**



Интернет трансляция

Аудитория **ЦИТ-209**

*Модераторы: Вечкинзова Елена Анатольевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры
маркетинга ГУУ. Долгополов Дмитрий Владиславович, к.э.н., доцент кафедры
рекламы и связей с общественностью ГУУ*

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Молчанов Николай Николаевич	Санкт-Петербургский государственный университет, профессор	Исследование отношения потребителей к использованию инструментов цифровой психометрии на рынке России

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Белостоцкая Анна Александровна	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент	Исследование мотивов потребителей при покупке витаминов и биологически активных добавок
Шадрина Любовь Юрьевна	Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», заведующий кафедрой маркетинга, рекламы и связей с общественностью	Геймификация в маркетинге: исторический анализ и современные подходы к оптимизации клиентских отношений
Кокорева Наталья Валерьевна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд- менеджмента	Внедрение геймификации в процесс продвижения цифровых продуктов
Сидорчук Роман Роальдович, Мхитарян Сергей Владимирович, Лукина Анастасия Владимировна	Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, профессор Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, профессор Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, профессор	Паттерны про-экологического поведения москвичей
Фирсанова Ольга Владимировна, Михлин Евгений Владиславович	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, профессор Аспирант	Структура мотивов потребителей театрального продукта в контексте получения эмоционального опыта
Захаренко Ирина Кимовна	Финансовый университет при Правительстве РФ, доцент кафедры стратегического и инновационного развития	Влияние маркетинговых инструментов на трансформацию потребительского поведения
Ребязина Вера Александровна	Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ, заместитель директора ВШБ, руководитель департамента маркетинга	Роль клиентоориентированности на российской рынке
Муравьева Оксана Сергеевна	Санкт-Петербургский государственный университет, доцент кафедры экономики предприятия, предпринимательства и инноваций	Управление потребительской ценностью в ресторанном бизнесе
Курочкина Анна Юрьевна	Санкт-Петербургский государственный экономический университет, доцент кафедры маркетинга	Управление обращениями и претензиями потребителей: успешные кейсы российских компаний
Крючкова Галина Александровна, Щелканова Анастасия Сергеевна	Государственный университет управления, старший преподаватель кафедры маркетинга услуг и бренд- менеджмента	Роль персонализированных технологий в формировании восприятия премиального бренда (на примере консьерж-сервиса MUSE PASS)

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
	Руководитель отдела маркетинга и PR ООО «МБЮЗ ПАСС»	
Шитова Юлия Юрьевна	Российский государственный гуманитарный университет, факультет рекламы и связей с общественностью, профессор кафедры интегрированных коммуникаций и рекламы	Использование технологий больших данных для персонализации в повышении эффективности работы компании

14.00-16.30

Секция 7. Маркетинговые технологии в ритейле и маркетплейсах



Интернет трансляция

Аудитория **ЦИТ-216**

Модераторы: Зобов Александр Михайлович заведующий кафедрой маркетинга РУДН, к.э.н., профессор; Береговская Татьяна Александровна, доцент кафедры маркетинга ГУУ, к.э.н., доцент

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Солдатова Наталья Федоровна	Финансовый университет при Правительстве РФ, доцент кафедры маркетинга Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Особенности маркетинговых технологий в ритейле РФ в новых экономических реалиях
Шафигуллина Анна Владимировна	Казанский федеральный университет, Институт управления, экономики и финансов, старший преподаватель кафедры маркетинга	Актуальные маркетинговые инструменты на маркетплейсах
Бондаренко Виктория Андреевна	Российский университет дружбы народов, заместитель декана экономического факультета по научной работе, профессор кафедры маркетинга	Вопросы исследования ценовой эластичности на аптечные товары
Наталья Николаевна Калькова	Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного дела, лаборатория «Нейромаркетинга и поведенческой экономики», ведущий научный сотрудник	Исследование влияния аромастимуляции на визуальное внимание к товарам на полках в торговом ритейле с использованием технологии eye-tracking

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Семенов Игорь Владиславович	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Разновидности партизанских маркетинговых стратегий на маркетплейсах
Ниёзова Ирода	Ташкентский государственный экономический университет, преподаватель	Важность и необходимость использования интернет- маркетинга в деятельности предприятия
Назаренко Екатерина Андреевна	Санкт-Петербургский государственный университет, ассистент кафедры маркетинга	От соблюдения правовых норм до стратегии дифференциации: мотивационная модель ритейлера для вовлечения в КСО
Тимохович Александра Николаевна	Государственный университет управления, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью	Исследование формирования лояльности целевой аудитории бренду в сфере туристических услуг

14.00-16.30

Секция 8. Развитие технологий бренд-менеджмента и рекламных коммуникаций



Интернет трансляция

Аудитория ЦИТ-210

Модераторы: Старостин Василий Сергеевич, заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью ГУУ, к.э.н., доцент; Аржанова Кристина Александровна, к.психол.н, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Тхориков Борис Александрович	Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина, заведующий кафедрой сервисных технологий и бизнес- процессов	Технологии манипулятивного контент-маркетинга
Александрова Ирина Юрьевна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга	Полисенсорный геобрендинг города: специфика подхода, возможности и ограничения практической реализации
Симонова Маргарита Михайловна	Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, доцент	Оценка эффективности и метрики HR-бренда
Клым-Еремина Наталья Владимировна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд- менеджмента	Маскоты в брендинге
Шишакова Юлия Валентиновна	Государственный университет управления, доцент кафедры	Управление репутацией бренда компании в условиях кризиса

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
	маркетинга услуг и бренд-менеджмента	
Кокорева Наталья Валерьевна	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента	Передовой опыт маркетингования устойчивых проектов в России
Маслова Татьяна Дмитриевна	Санкт-Петербургский Государственный экономический университет, профессор кафедры маркетинга	Рынок некоммерческих организаций и тренды социальных услуг
Довжик Валерий Николаевич	Государственный университет управления, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента	Содержательные характеристики оценки силы территориального бренда
Аржанова Кристина Александровна	Государственный университет управления, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью	Особенности формирования бренда Вуза в digital-среде: совершенствование цифровых ресурсов
Мелентьев Максим Юрьевич	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, ассистент кафедры рекламы и связей с общественностью	Визуальная метафора в рекламном дискурсе
Ижевский Вадим Эдуардович	Государственный университет управления, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью	Управляемый процесс проектирования будущего
Чистякова Анна Сергеевна	Специалист по медиапланированию Performance активностей ПАО «МТС» – рекламное агентство Stream	Performance-маркетинг для продвижения экосистем: опыт российских компаний
Краснов Алекс Сергеевич	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, преподаватель	Метрики оценки эффективности взаимодействия с инфлюенсерами
Васильева Ольга Анатольевна	Государственный университет управления, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью	Роль коммуникационной поддержки традиционных семейных ценностей в условиях трансформации института брака
Хохлов Даниил Александрович	Государственный университет управления, преподаватель кафедры маркетинга	Перформанс-маркетинг: как измерять эффективность цифровых рекламных кампаний
Калякина Наталья Сергеевна	Коммуникационное агентство Didenok Team, должность Middle Talent Manager	Трансформации современного рынка инфлюенс-маркетинга РФ

14.00-16.30

**«ЕВРАЗИЙСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ:
НА ПУТИ К ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РОСТУ»**

**Семинар-конференция молодых ученых, преподавателей, аспирантов
и магистров вузов Евразийского сетевого университета**



Интернет трансляция

Аудитория **ЦИТ-109; ЦИТ-118**

Модераторы: Кокорева Наталья Валерьевна, доцент кафедры маркетинга услуг и бренд-менеджмента ГУУ, к.п.н., доцент. Васильева Ольга Анатольевна, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Коба Ян Николаевич	Белорусский государственный университет, студент	Сотрудничество ЕАЭС и ШОС как фактор устойчивого экономического роста
Ланковская Юлия Алексеевна	Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, аспирант	Актуальные инструменты реализации маркетинговых стратегий организаций детского отдыха и оздоровления
Быстров Владимир Николаевич	Государственный университет управления, аспирант	Маркетинговое исследование трансформации потребительского поведения на рынке лекарственных препаратов
Зверева Валерия Денисовна	Государственный университет управления, студент	Роль нейросетей в создании визуального образа
Пирогова Евгения Витальевна	Государственный университет управления, аспирант	Маркетинговый мониторинг программ скрининга онкологических заболеваний в мире и России
Нгуен Тхи Хаи Ань	Государственный университет управления, магистрант	Анализ опыта применения блокчейна в маркетинговой практике компаний на рынке недвижимости Вьетнама
Короткова Полина Андреевна	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, магистрант	Маркетинговые инструменты рыночного роста российских IT-стартапов
Александрова Александра Васильевна	Государственный университет управления, студент	Управление репутацией бренда в условиях кризиса
Стефани Мария Максимовна	Государственный университет управления, студент	Изменение трендов в связях с общественностью в цифровую эпоху

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Сокол Арина Ивановна	Государственный университет управления, магистрант	Маркетинговый анализ и разработка стратегии развития высокотехнологичной компании в нефтегазовой сфере
Гайдаржи Наталья	Государственный университет управления, студент	Влияние рекламных и PR- инструментов на рынок общественного питания в условиях нестабильности
Уланов Лари Баатрович	Государственный университет управления, студент	Развитие технологий рекламы и PR
Бегеш Арина Вадимовна	Санкт-Петербургский государственный университет, студент	Проблемы и стратегии маркетинговых исследований при поиске новых рыночных ниш на промышленных рынках (на примере рынка систем хранения данных)
Шарапова Айгуль Маратовна	Казанский (Приволжский) Федеральный университет, студент	Нейромаркетинг как ключ к достижению желаемого эффекта в продажах
Зернов Дмитрий Дмитриевич	Российский университет дружбы народов, студент	Performance-маркетинг для продвижения экосистем
Чугунова Анастасия Константиновна	Государственный университет управления, студент	Инфлюенс-маркетинг как способ продвижения бизнеса: особенности воздействия на потребителей и использования стратегии
Захаренко Глеб Александрович	Государственный университет управления, студент	Маркетингование инновационных производственных стартапов на промышленных рынках: основные препятствия и пути преодоления
Лебедева Алёна Дмитриевна	Государственный университет управления, студент	Особенности маркетинга энергетической промышленности Российской Федерации
Леденёва Иоанна Сергеевна	Государственный университет управления, магистрант	Геймификация как инструмент укрепления HR-бренда организации: постановка проблемы
Степанова Дарья Дмитриевна	Государственный университет управления, магистратура	Искусственный интеллект как инструмент цифрового маркетинга промышленных компаний
Фурман Алина Юрьевна	Государственный университет управления, студент	Эффективность восприятия архетипических символов в рекламной коммуникации в онлайн-среде
Брилева Екатерина Юрьевна	Санкт-Петербургский государственный университет, магистрант	Исследование отношения потребителей к использованию инструментов цифровой психометрии на рынке России
Антонова Валерия Денисовна	Государственный университет управления, студент	Применение механик геймификации в образовании

ФИО выступающего	Место работы, должность	Название доклада
Кузьмина Анна Алексеевна	Российский университет дружбы народов, студент	Современные цифровые маркетинговые решения в сфере высшего образования
Аверьянова Полина Александровна, Береговая Елизавета Олеговна	Санкт-Петербургский государственный университет, студент Санкт-Петербургский государственный университет, студент	Изменение роли CRM-систем в эпоху цифровой трансформации
Терякова Екатерина Вячеславовна	Государственный университет управления, студент	Маркетинговый подход в цифровых экосистемах
Бляблина Ольга Алексеевна	Санкт-Петербургский государственный университет, студент	Использование технологии геймификации в маркетинге и ее влияние на экономический рост
Козлов Илья Дмитриевич	Санкт-Петербургский государственный университет, студент	Этические аспекты персонализации в маркетинге: баланс между клиентоцентричностью и конфиденциальностью данных
Силинская Дарья Анатовна, Балдин Андрей Дмитриевич	Санкт-Петербургский государственный университет, студент Санкт-Петербургский государственный университет, студент	Особенности маркетинга IT- продуктов
Жагина Елизавета Ивановна	Государственный университет управления, студент	Метавселенная как элемент современного цифрового маркетинга: будущее или временная мода?
Анварова Жамиля Дауренкызы	Государственный университет управления, магистрант	Влияние психологического состояния потребителей на современные тренды
Мальсагова Амина Муратовна	Государственный университет управления, студент	Актуальные тренды развития digital-рекламы в России
Рогозин Владислав Вячеславович	Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, студент	Эффективность ESG-маркетинга: способы количественной оценки и стратегическое значение в развитии бизнеса
Вильмс Алиса Алексеевна	Санкт-Петербургский государственный университет, студент	Искусственный интеллект как современный инструмент маркетингового исследования: преимущества и недостатки
Бекмурзаев Бектурган Таирбекович	Ошский государственный университет, кафедра теории государства и права, аспирант	ЕАЭС как правовая система: международно-правовые стандарты и региональная специфика
Жара Акбота Болаткызы	Алматинский Технологический университет, аспирант	Маркетинг в управлении человеческими ресурсами