

INSTITUT EUROPEÉEN D'ENSEIGNEMENT DES RELATIONS PUBLIQUES
UNIVERSITÉ D'ÉTAT DE SAINT PETERSBOURG D'ÉCONOMIE
UNIVERSITÉ RUSSE D'ÉCONOMIE PLÉKHANOV

**LES COMMUNICATIONS À L'ÉPOQUE
DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE**

**Programme
de la V-ème conférence international**

(29-30 novembre 2021)

ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ ПАБЛИК РЕЛЕЙШНЗ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г. В. ПЛЕХАНОВА

**КОММУНИКАЦИИ
В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ИЗМЕНЕНИЙ**

**Программа
V Международной научно-практической конференции**

(29-30 ноября 2021)

29 ноября, 16:00 (Москва)

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Модератор: д.филол.н., проф. А. Д. Кривоносов

– ссылка на видеоконференцию в MS Teams –

Регламент: 15 мин.

Верчич Деян

д-р, проф. руководитель Центра маркетинга и PR университета Любляны, Словения

«Strategic communication in post-literate society»

Герреро-Соле Фредерик

д-р, зам. директора по исследованиям ф-та коммуникаций Университета Помпеу Фабра, Барселона, Испания

«From parasocial to metasocial interaction.

A new field for emergent technologies and digital communication»

Шилина Марина

д.филол.н., проф. РЭУ им. Г. В. Плеханова / СПбГЭУ, Москва / Санкт-Петербург, Россия

*«Стратегические коммуникации в “новой нормальности”:
теория и практики ЕС и России»*

Александрова Эльвира

видеомейкер, арт-директор, контент-фотограф, Милан, Италия

*«Контент-съёмка как инструмент коммуникационного
сопровождения бизнеса в Instagram»*

Волков Денис

основатель направления «Smart-fitness», тренер Тинькофф, VK (Mail.ru), Pepsi, топ-тренер Motify, Санкт-Петербург, Россия

*«Развитие коммуникационной стратегии личного бренда
в фитнес-индустрии: тренды и перспективы»*

30 ноября, 10:00-14:00 (Moscow)

Рабочие языки: русский, английский

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ № 1.

«Digital transformation in the New Normal»

– ссылка на видеоконференцию в Zoom –

Проводится в рамках гранта:

«Virtual digital experience: New visual communication for promotion of territory»

Модератор – д. филол.н., проф. Шилина М. Г.

Шилина М.Г. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – *Digital communication in the New Normal: A paradigm shift?*

Вирт Юлия (Университет HEG Arc, Невшателль, Швейцария) – *Цифровая виртуальная визуализация в геобрендинге*

Холод М.В. (РЭУ им. Г. В. Плеханова) – *Big data в контексте стратегической коммуникации*

Шутова М.В., Рочева Я.С. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – *Corporate strategic communication: the impact of mediatization on a patient to doctor' path and their interaction*

Шилина Мария (Сколковский институт науки и технологий) – *Communicating climate change in the 2021s: Linking climate and pandemic*

Мильчина Дарья (МГУ имени М.В. Ломоносова) – *Медиарилейшнз в деловых изданиях в "новой нормальности": специфика партнерских проектов*

Шеховцова Ксения (МГУ имени М.В. Ломоносова) – *Речевой имидж бренда в создании диалогового интерфейса чат-ботов*

Плеханова Екатерина (СПбГЭУ) – *Специфика персонального брендинга профессионального журналиста в российском сегменте YouTube*

Горшенина Татьяна (СПбГЭУ) – *Цифровое продвижение бренда: новые инструменты в «новой нормальности»*

Коковина Дарья (СПбГЭУ) – *Affiliate marketing in the New Normal: Micro-influencers taking over the market*

Ладыженская Владислава (РЭУ им. Г.В. Плеханова) – *VR in special events: A comparative analysis of European and Russian brands*

Филатова Александра (РЭУ им. Г.В. Плеханова) – *Особенности синтетического контента в российской рекламе*

30 ноября, 16:10 (Москва)

СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ № 2.

«Теория и практика коммуникаций в эпоху цифровых трансформаций»

– ссылка на видеоконференцию в Zoom (код доступа: 26GGXz) –

Регламент: доклад / сообщение - 10 мин.

**Модератор – д.филол.н., проф. Кармалова Е. Ю. (СПбГЭУ),
д.филол.н., проф. Киуру К. В. (ЧелГУ)**

Аксенов К.В. (СПбГЭУ) – *Культурный туризм: цифровизация коммуникаций, проблемы и возможности*

Глущенко О.А. (РАНХиГС) – Проявление факторов токсичности в медийной коммуникации

Грушевская В.Ю. (УрФУ) – Использование теорий воздействия СМИ в изучении восприятия видеоблогов

Захарова А.В. (НГТУ, Новосибирск), Кармалова Е.Ю. (СПбГЭУ) – Репутационный кризис в сфере образования и антикризисные инструменты

Захарова М.В. (РАНХиГС) – Коммуникационные стратегии брендов: обзор изменений в 2020-2021 годах

Курганова Е.Б. (ВГУ), Шерне А.С. (СПбГЭУ) – Спецпроекты как креативный способ коммуникации с соискателями вакансий в добывающей отрасли (на примере ПАО «Газпром нефть»)

Лай Линчжи (СПбГУ) – СМИ КНР в условиях цифровизации

Ли Инин (СПбГУ) – Инфодемия как феномен сетевых медиа

Мельник Г.С., Свешникова Н.О. (СПбГУ) – Образ будущего России медийном дискурсе

Сидоров В.А. (СПбГУ) – Культурно-нравственные стратегии политической пропаганды

Чжэн Цянь (СПбГУ) – Особенности отражения Олимпийских игр 2020 года в китайских интернет-мемах

Шевченко А.С. (СПбГЭУ) – Роль социальных медиа в позиционировании бренда

30 ноября, 16:10 (Москва)

СЕКЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

«Цифровые коммуникации в «новой нормальности»: взгляд молодых ученых»

– ссылка на видеоконференцию в Zoom –

Регламент: доклад / сообщение - 8 мин.

Модератор – к.филос.н., доц. Пряхина А. В., асс-т Смирнова А. А.

Багдасарян Д.А. (СПбГУ) – Экологические коммуникации компаний крупного продуктового ритейла России

Буковская А.М. (СПбГЭУ) – Коммуникационные инструменты продвижения в социальном предпринимательстве

Быстрова А.Э. (СПбПУ) – Цифровые коммуникации в формировании бренда волонтерских организаций

Гончукова М.М. (СПбГЭУ) – Подкасты как эффективная платформа

рекламных коммуникаций

Гропянова С.А. (СПбГЭУ) – *Формирование сайта бренда: особенности и трендовые технологии коммуникации с потребителями*

Ефремова Е.А., Жидкова Д.Д. (СПбГЭУ) – *Актуальные цифровые платформы как средства коммуникации в организации*

Кадесникова Е.С. (СПбПУ) – *Бенчмаркинг в формировании стратегии продвижения студенческого спортивного клуба в интернете*

Кизьякова А.М. (СПбГУ) – *Комментарии в городских интернет-СМИ как элемент интерактивной коммуникации (на примере издания «Фонтанка.ру»)*

Клименко Е.А. (СПбГЭУ) – *Портфолио как инструмент продвижения маркетингового агентства в условиях цифровой трансформации*

Князев С.Н. (СПбГЭУ) – *Цифровые тренды в продвижении бренда на рынке психологических услуг*

Конева А.Е., Каширина А.Е. (НГТУ, Новосибирск) – *Структура и содержание профориентационного приложения для школьников*

Куличенко Е.А. (СПбГЭУ) – *Интегрированные инструменты лояльности целевой аудитории современных маркетплейсов*

Мага А.А. (СПбГЭУ) – *Онлайн-мероприятия: эффективные инструменты привлечения молодежной аудитории в период пандемии Covid-19*

Марциоха Г.А. (СПбГЭУ) – *Креативные технологии в разработке рекламного продукта (на примере наружной рекламы)*

Меккоева А.И. (СПбГЭУ) – *Региональные особенности и цифровые коммуникации гостиничного бизнеса в Республике Карелия*

Нефедов А.В. (МГУ им. М.В. Ломоносова) – *Социальные сети как платформа мобилизации «жёлтых жилетов»*

Решетникова И.Д. (СПбГЭУ) – *Цифровая трансформация музеев: перспектива сети TikTok*

Шашкина А. (СПбГЭУ) – *Особенности коммуникаций онлайн-школ: этический аспект*

СТЕНДОВЫЕ ДОКЛАДЫ

«Стратегические коммуникации и стратегические коммуникационные технологии»

Бутковская Г.В. (ГУУ) – *Программы лояльности клиентов нового уровня: экосистемный подход*

Емельянов С.М. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – *Управление рисками в связях с общественностью: стратегические аспекты*

Клюев Ю.В., Зубко Д.В. (СПбПУ Петра Великого) – *К вопросу о типологии и концепциях коммуникационных стратегий*

Попова О.И. (УрГЭУ, Екатеринбург) – *Этапы развития интернет-маркетинга как коммуникационной стратегии бизнеса*
Семенов А.В. (СПбУТЭиУ) – *Экономика и коммуникационные стратегии XXI века на примере развития региональных инфраструктурных проектов, основанных на ГЧП*
Синякова Л.В. (Ассоциация АсДор) – *Стратегические событийные коммуникации в бизнесе: проблемы и вызовы*
Vombin A.Yu. (СПбГЭУ) – *Personalization as an effective tool to improve the ROI & quality of business communication strategy*

«Теория и практика коммуникаций в условиях цифровизации»

Бодрунова С.С. (СПбГУ) – *Кумулятивная делиберация: трансформация оценки качества делиберативного процесса с учетом природы онлайн-коммуникации*
Логинова В.Е. (ЦЭМИ РАН) – *Цифровые механизмы интеллектуальных коммуникаций в рамках научного (научно-технического) инжиниринга*
Мисонжников Б.Я. (СПбГУ) – *Человек в пространстве digital-агрессии*
Чижик А.В. (СПбГУ), Мельникова С.А. (ИТМО) – *Анализ потенциала социальных сетей как мотивирующего элемента функционирования городской инфраструктуры*

«Ресурсы медиа в цифровую эпоху»

Ван Фанфан (СПбГУ) – *Освещение российскими СМИ китайско-американских разногласий в контексте эпидемии COVID-19*
Корнилова Е.Е. (СПбГЭУ) – *Проблемы цифровизации регионального телевидения*
Крылова М.А. (СПбГЭУ) – *СМИ как фактор формирования и манипулирования общественным мнением в сфере межнациональных отношений*
Романова А.Н. (ЮФУ) – *Интерактивные элементы в программе «Линия Губернатора» на региональном телевидении*
Сыркина А.Н. (СПбГЭУ) – *UX-дизайн и метод оценки долгосрочного взаимодействия с пользователем в цифровой среде*

«Реклама и PR в эпоху цифровой трансформации»

Виноградова К.Е. (СПбГЭУ) – *Фиджитал-технологии в событийном маркетинге будущего*
Вострикова И.Ю., Воронова Д.Р. (СПбГЭУ) – *Инструменты нейромаркетинга в системе продвижения коммерческого предприятия*
Евдокимова А.С., Семенова Л.М. (СПбГЭУ) – *Влияние цифровизации на корпоративную культуру промышленного предприятия*
Ишанова А., Айгелова А., Сламбекова М. (ЕНУ им. Л.Н. Гумилева) – *Проблемы исследования социальных медиа*
Кащук А.А. (СПбГЭУ) – *Тенденции развития социальной рекламы в российском медианпространстве*
Киуру К.В., Линьков С.В. (ЧелГУ) – *Видеоконтент как тренд коммуникации в цифровой образовательной среде*
Лобовикова Е.А. (ЛАК им. М. Матусовского, Луганск) – *Реклама в пространстве современной культуры в условиях цифровой трансформации*
Медведников С.А., Салагубова Э.Д. (СПбГЭУ) – *Использование digital-инструментов в спортивно-рекреационной индустрии (на примере яхт-клуба «Горская»)*
Чибисова Е.А., Гефкер О.Д. (СПбГЭУ) – *Организация специальных мероприятий в эпоху цифровой трансформации*
Шибут И.П. (БГУ, Минск) – *Особенности рекламной коммуникации в мебельной отрасли в условиях цифровой трансформации*

«Брендинг и геобрендинг в цифровой экономике»

Ерофеева И.В. (ЗабГУ, Чита) – Роль мультимедийных СМИ в формировании медиаобраза Забайкальского края

Кулибанова В.В. (ИПРЭ РАН), Ильина И.А., Тэор Т.Р. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Влияние социального капитала бренда территории на повышение конкурентоспособности региона

Колик А. В. (БГУ, Минск) – Особенности медиакоммуникации в геобрендинге Республики Беларусь

Смеюха В.В. (ЮФУ) – Использование интернет-коммуникаций в брендинге Ростовской области как туристской дестинации

«Актуальные стратегии коммуникаций в образовании»

Александрова И.Ю. (ГГУ) – Анализ коммуникативного поля абитуриентов российских вузов в цифровой среде

Данилова Н.И., Жукова Г.А. (СПбГЭУ) – Подходы к организации профессионального обучения и формированию лидерских качеств на современном этапе развития образования

Кирьянова Н.В. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Преподавание «Истории искусств» в дистанционном формате и проблемы концентрации внимания

Кореньюшкина С.И. (СПбГУ) – Актуальные проблемы реализации образовательных практик в высшей школе

Кудрявцева М.Е. (СПбГЭТУ «ЛЭТИ») – Проблема оценки знаний студентов по гуманитарным дисциплинам в условиях дистанционного обучения

Кушниренко Д.О. (СПбПУ), Кушниренко А.В. – Цифровизация и digital-коммуникации в системе среднего образования (на примере платформы Учи.ру)

Шемякина Е.Ю. (СПбГЭУ) – О проблеме коммуникации и реализации интерактивных методов в процессе дистанционного обучения в вузе

Якимов Ю.М. (СПбГЭУ) – К вопросу о коммуникативных стратегиях в условиях онлайн-обучения

Стендовые доклады секции молодых исследователей

Агапов Е.Н. (НГТУ). – Разбор новых принципов цифровой трансформации рекламы и PR (на примере крупных компаний)

Аксайская А.В. (СПбГЭУ) – Особенности коммуникации между студентами и преподавателями в условиях дистанционного обучения

Аксенов А.Д. (СПбГЭУ) – Особенности построения интегрированных коммуникаций в блокчейн технологиях

Антилогова А.Д. (СПбГУ) – Цифровизация образования: «иррациональность рационального»

Ащуваков Т.Р. (СПбГЭУ) – Цифровая трансформация креативных индустрий: перспективы технологий смешанной и дополненной реальности

Белокурова Т.А. (ТГУ им. Г.Р. Державина, Тамбов) – Digital-трансформация в сфере рекламы и PR

Бинецкая М.А. (СПбГЭУ) – Цифровые коммуникационные тренды в сфере гостиничного бизнеса

Боровской С.В. (СПбГЭУ) – Методы продвижения бренда организации

Буянова А.О. (СПбГЭУ) – Таргетинг как рекламный и PR-инструмент в эпоху цифровой трансформации

Гусева Д.А. (СПбПУ) – Научная коммуникация в эпоху COVID-19

Есехина М.А. (МГУ им. М.В. Ломоносова) – Динамика кризисной коммуникации президента Франции Эммануэля Макрона в условиях пандемии

- Иванова К.В. (СПбГУ)* – Коммуникационный контент как инструмент взаимодействия с потребителем
- Калинина Э.В. (ТОГУ, Хабаровск)* – Трансформация корпоративных коммуникаций вуза в социальных медиа в период пандемии
- Кибина А.С. (СПбГЭУ)* – Специальные события в комплексе продвижения коммерческой радиостанции в условиях цифровизации
- Колосова А.Д. (СПбГЭУ)* – Актуализация дихотомии «свой – чужой» как прием речевого воздействия в видеоблогинге
- Комкова А.П. (СПбГЭУ)* – Рекламные и PR-инструменты сопровождения компании в сфере кальянного бизнеса
- Кряжева Н.Ю., Сафоненко Д.А. (СПбГЭУ)* – Современные инструменты коммуникационного продвижения в киноиндустрии
- Кудзиева Д.Э. (СПбГЭУ)* – Использование рекламных digital-инструментов для проведения коммуникационной кампании Мегафон ТВ
- Лебедева Д.М. (СПбГЭУ)* – Специфика PR-деятельности НКО в медицинской отрасли в условиях цифровизации
- Малюкова Е.А. (СПбПУ)* – Цифровые коммуникационные технологии в работе «Сбербанк» в работе с клиентами
- Мелентьева А.А. (СПбПУ)* – Цифровое здравоохранение как инструмент формирования здоровьесберегающего поведения населения
- Мельник В.Р. (СЗИ РАНХиГС)* – Партворк: стратегии продвижения досугового журнала
- Николов С.Д. (СПбГЭУ)* – H2H-коммуникации в поддержании бренда работодателя
- Обухович М.Я. (СПбГЭУ)* – Изменение форматов коммуникационных сообщений как новый тренд цифровой трансформации
- Одуд В.Ю. (СПбГЭУ)* – Дистанционное обучение: актуальная стратегия коммуникации
- Пилипчук А.Д. (СПбГЭУ)* – Как цифровая трансформация изменила маркетинг и PR-стратегию?
- Руденко Б.С. (СПбГЭУ)* – Telegram как инструмент продвижения в строительной сфере
- Самойлова А.Е. (СПбГЭУ)* – Коллаборация как эффективный способ продвижения бренда
- Смывин Д.Д. (СПбГЭУ)* – SEO-оптимизация как метод коммуникационного продвижения организации, специализирующейся в индустрии красоты и здоровья
- Черных А.М. (СПбГЭУ)* – Факторы повышения роли визуальных средств в коммуникационном процессе
- Шаповалова А.С. (ЛАК им. М. Матусовского, Луганск)* – Медиакоммуникация как способ продвижения предприятия в социальной сети «Instagram» (на примере ГУП ЛНР «Госреклама»)
- Шептицкая А.А. (СПбГЭУ)* – Аудиобрендинг как эффективный инструмент рекламы