

**CDT conf.**

**16-20 ноября 2020**



**Европейский институт PR (IEERP)  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова**

**ПРОГРАММА  
IV МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
«КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ»  
(CDT-2020)**

**16-20 ноября 2020 года**

[ССЫЛКИ НА ZOOM-КОНФЕРЕНЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ В СЕКЦИЯХ  
ПОД ИНФОРМАЦИЕЙ О ДАТЕ И ВРЕМЕНИ ПРОВЕДЕНИЯ]

Париж | Санкт-Петербург | Москва  
2020 г.

16 ноября, 16.00-17.30

[Zoom-конференция \(активная ссылка\)](#)

Модератор: **Кривоносов Алексей Дмитриевич**, д.филол.н. проф., член Экспертного совета IEERP

Приветствия:

**Флао Жан-Франсуа**, исполнительный директор IEERP;

**Окунькова Елена Александровна**, к.пед.н., доц., декан ф-та маркетинга РЭУ им. Г. В. Плеханова;

**Пруцких Андрей Александрович**, к.филол.н., декан гуманитарного ф-та СПбГЭУ.

Доклады:

**Бодуан Жан-Пьер**, почетный ассоциированный профессор Сорбонны, приглашенный профессор Высшей школы Национального Администрирования и Высшего института Национальной обороны Франции, член экспертного совета IEERP: *Общественное мнение в ритме мировых вызовов*;

**Лебедева Татьяна Юрьевна**, д.филол.н., проф., профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, директор международных программ IEERP: *Коммуникации люксовых брендов: ответы на вызовы времени / анонс монографии Т.Ю. Лебедевой и Е.А. Окуньковой «Трансформация дискурса в люксовом и премиальном брендинге» (М.: Изд. Московского университета; L’Harmattan: 2020)*;

**Раиш Павел**, сооснователь и креативный директор агентства JUST CREW: *Архитектура современных цифровых коммуникаций: опыт агентства JUST CREW*.

## II THE PANEL DISCUSSION: “STRATEGIC COMMUNICATION IN A NEW DIGITAL REALITY”

17 nov, 11.00 (Moscow Time)

[Zoom-meeting](#)

*The panel is supported by the grant*

*“Virtual digital experience: new visual communication for promotion territory”*

Модератор: **Шилина Марина Григорьевна**, д.филол.н., проф. РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Для участия в панели просьба отправить запрос на zoom: [SHilina.MG@rea.ru](mailto:SHilina.MG@rea.ru)

**Borkovskaya, V.** Plekhanov Russian University of Economics: *Sustainable development of innovative business structures and promotion territory in the digital age*;

**Kozlov, S.** MA in Sociology, independent researcher: *Bourdieu’s theory of inventions for the notion of (digital) communication*;

**Shilina, M.** Plekhanov Russian University of Economics: *AI in Russian Strategic communication as a new challenge*;

**Vrublevskiy, A.** Plekhanov Russian University of Economics: *Art and cultural heritage in the VR driven geo branding*;

**Kholod, M.** Plekhanov Russian University of Economics: *RFID and POS Data Vizialization for promotion territory*;

**Terekhova, M.** The French College of Lomonosov Moscow State University: *New tendencies in Swiss cities digital geo branding in Russia*;

**Stankevich, O.** Plekhanov Russian University of Economics: *AR and VR in strategic communication: Analysing Moscow city apps*.



## СЕКЦИОННОЕ ЗАСЕДАНИЕ «ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

**18 ноября, 16.10**

[Zoom-конференция \(активная ссылка\)](#)

Модератор: **Пряхина Анна Валентиновна**, к.филол.н., доц., доцент СПбГЭУ

**Регламент выступлений: 7 минут**

- | *Курганова Екатерина Борисовна, к.филол.н., доц., Воронежский госуниверситет: Геймификация в культурно-духовной сфере: докризисный и кризисный опыт;*
- | *Логинова Юлия Валерьевна, к.э.н., АНО ПСП «Лаборатория социального развития», консультант, Москва: Обзор современных технологий рекламного рынка;*
- | *Мельник Галина Сергеевна, д.полит.н., проф. СПбГУ, Свешникова Наталья Олеговна, к.п.н., доц. СПбГУ: Медиаобраз России как стратегический ресурс государства;*
- | *Минаева Людмила Владимировна, д.филол.н., проф., зав. каф. МГУ: Стратегическая коммуникация как инструмент продвижения проекта КНР «Один пояс, один путь»;*
- | *Морозова Анна Анатольевна, к. филол. н., доц., зав. лаб. ЧелГУ: Особенности рекламы в социальных сетях в условиях пандемии COVID-19;*
- | *Осипова Елена Анатольевна, д.филол.н., зав. каф. РЭУ им. Г. В. Плеханова: Разработка студенческой электронной энциклопедии как многовекторный диджитал-проект;*
- | *Самойленко Ирина Сергеевна, к.э.н., доц. РЭУ им. Г. В. Плеханова: Тренды в разработке айдентики брендов в эпоху цифровой трансформации;*
- | *Самойленко Кира Евгеньевна, асс. РЭУ им. Г. В. Плеханова, Digital-агентство Adventum: Brandformance как тренд брендинга в эпоху цифровизации;*
- | *Шилина Мария Геннадьевна, специалист Сколковского ин-та науки и технологий: Political strategic communication in the national strategies to combat climate change: specifics and features;*
- | *Багдасарян Диана Ариуновна, Петрова Анастасия Федоровна, студенты СПбГЭУ: Инструменты коммуникационного продвижения псевдоэкологической косметики;*
- | *Гудова Анастасия Павловна, Уварова Ксения Александровна, студенты СПбГЭТУ (ЛЭТИ): AR и VR в медиакоммуникации;*
- | *Малтабаров Мухтар Аскарулы, магистрант Казахского нац. ун-та: Медиакоммуникации в компаниях: особенности применения методов дата-журналистики;*

| *Нечаева Дина Сергеевна, студент СПбГЭТУ (ЛЭТИ): Трансформация событийных коммуникаций в эпоху цифровизации;*

| *Павлова Дария Андреевна, аспирант СПбГЭУ: Современные компетенции студента и преподавателя в условиях цифровизации общества;*

| *Скворцова Вера Сергеевна, магистрант СПбГУ: Интегрированный (децентрализованный) подход к медиатизации: теоретическое обоснование феномена;*

| *Чибисов Артем Эдуардович, аспирант СПбГЭУ: Трансформация практик применения компетентностно-ориентированного подхода в условиях диджитализации образовательной подготовки студентов системы высшего образования.*

## IV

### СТЕНДОВЫЕ СЕКЦИОННЫЕ ДОКЛАДЫ

#### Секция 1. Теория и практика коммуникации в условиях цифровизации

| *Акульшина К.А. Когнитивные исследования в цифровых коммуникациях: негативные последствия работы с социальными сетями;*

| *Белозерова Л.А., Адамов А.В. Тренды реализации стратегических коммуникаций в бизнесе;*

| *Герасимов С.В. Практика использования ивент-анализа в технологиях PR;*

| *Емельянов С.М. Цифровые технологии в интегрированных коммуникациях: методологические аспекты;*

| *Кондрашова М.С. Особенности развития имиджа в современном цифровом пространстве;*

| *Лу Цзюньяо. Проблемы и контрмеры культурной безопасности Китая в цифровом контексте;*

| *Нешатаева Е.А., Маркина Ю.М. Стратегия и тактика коммуникационного проекта «Авангард Дальнего Востока»;*

| *Тарасюк А.П. Инстаграм в системе цифровых коммуникационных технологий современного социального пространства;*

| *Старостина Н.С. Особенности развития корпоративной культуры в условиях цифровой трансформации;*

| *Федоровская Е.В. Цифровые инфлюенсеры: аватаризация лидеров мнений;*

| *Tkacheva A.A. Paradigms of communication: how they change digital area.*

#### Секция 2. Стратегические коммуникации и стратегические коммуникационные технологии

| *Аксенов К.В. Стратегические коммуникации в RUSSIA TODAY в условиях информационного противостояния;*

| *Зайцева М.А. Креативные индустрии как инструмент стратегической коммуникации: роль сектора люкса в продвижении бренда Франции;*

| *Невярович М.Д. Разработка коммуникационной стратегии продвижения в сети интернет;*

| *Сахипова Д.Р., Мельникова И.Ю. Геймификация как инструмент PR-продвижения;*

| *Семенов А.В. Development of strategic communication technologies based on public-private entrepreneurship;*

| Трубникова А.Г., Шарахина Л.В. Формирование стратегии коммуникации с властью: какой GR-менеджер сейчас нужен бизнесу?

| Чэнь Цзяли. Коммуникационная стратегия компании Huawei на российском рынке;

### **Секция 3. Экономика и коммуникационные стратегии XXI века**

| Бомбин А.Ю. Рекламная аналитика как фактор оценки стратегического продвижения;

| Бургонов О.В., Голубецкая Н.П. Перезагрузка коммуникационной стратегии социально-экономических систем в условиях цифровых технологий;

| Бургонов О.В., Кяримова А.Д. Проблемы формирования коммуникационной политики малого и среднего бизнеса;

| Грабчак Е.П., Логинов Е.Л. Когнитивные цифровые технологии идентификации новых научно-технических направлений на основе анализа информационных интересов и коммуникационной активности профессионального сообщества;

| Савинков С.В., Киселёв В.М. Конвергенция коммуникаций B2B в условиях цифровой трансформации;

| Степанова В.П. Социокультурный контекст в продвижении на международном рынке: проблематика финтех-компаний.

### **Секция 4. Ресурсы медиакоммуникаций в цифровую эпоху**

| Виноградова К.Е., Кускова Е.Л. Место и роль бренд-журналистики в коммуникационном пространстве;

| Кацук А.А. Композиционно-графическая модель печатного и сетевого издания;

| Кривоносов А.Д. Опыт периодизации корпоративных медиа: от листков для служащих до онлайн-изданий;

| Ли Инин. "Мы-медиа" меняют человеческую жизнь;

| Лю Чан. Коммуникационные стратегии Международного Радио Китая на русском языке в цифровую эпоху;

| Лю Ян. Исторические особенности развития критики китайских СМИ на цифровом фоне;

| Лян Канпин. Особенности освещения политических новостей в ВИЧАТ;

| Мисонжников Б.Я. Отчуждение автора как метапроблема цифровых медиа;

| Самуйлова И.А., Бакулева К.К. Выбор источников информации как фактор формирования образа государства;

| Сан Янань. Особенности формирования повестки дня СМИ Чапчал-Сибоского Автономного уезда;

| Чжу Цзысин. Развитие китайских СМИ в цифровую эпоху;

| Хань Цзясюань. СМИ как канал популяризации традиционной китайской культуры в цифровую эпоху.

### **Секция 5. Реклама и PR в эпоху цифровой трансформации**

| Евдокимов И.П. Цифровые тренды в рекламе и PR;

| Киуру К.В., Шляпина А.А. Эволюция культовых женских имиджей в рекламных кампаниях брендов;

- | *Кошель В.А.* Паблик рилейшнз в условиях мультимедийной коммуникационной культуры;
- | *Меньшикова Е.С.* Характер коммуникации как фактор влияния на покупательское поведение в социальных медиа;
- | *Михальчук Ю.В., Стулова Ю.С.* Цифровая экономика и развитие современной массовой коммуникации;
- | *Обухович М.Я.* Особенности использования диджитал-технологий в продвижении нового товара;
- | *Решетникова И.Д.* Реклама в условиях цифровой трансформации: перспективы сети Tiktok;
- | *Самсонов Н.Д.* Диджитал-сторителлинг как современный инструмент коммуникаций;
- | *Троянова М.И.* Социальная реклама как развивающееся средство массовой коммуникации;
- | *Чепкасов Е.В.* «Бери от жизни все!» и поколение «П»;
- | *Чирт П.С., Шишкина Д.М.* Диджитал-коммуникации в фармацевтической индустрии.

## **Секция 6. Брендинг и геобрендинг в цифровой экономике**

- | *Бороздина О.А.* Колористика в формировании бренда: современные тенденции;
- | *Данилова Н.И., Шевченко А.С.* Роль ивентов в коммуникациях бренда;
- | *Двоенко О.А., Фидарова Б.Ф.* Перспективы продвижения туристской дестинации Республика Северная Осетия-Алания;
- | *Ежова Е.Н., Ахвердиева М.И.* Позиционирование бренда города в эпоху цифровых технологий;
- | *Ефимова А.А., Чернов Д.В.* Роль инновационных общественных пространств в формировании бренда города;
- | *Кулибанова В.В., Ильина И.А., Тэор Т.Р.* Формирование социального капитала бренда территории в цифровой среде;
- | *Лысенкова Л.А.* Брендинг в условиях развития диджитал-среды;
- | *Милюкова К.А.* Роль ресторанного бизнеса в геобрендинге региона;
- | *Попова О.И.* Взаимодействие бренда с поколением Z в условиях цифровизации;
- | *Федюнин Д.В., Федюнин А.Д.* Механики SMM-продвижения личного бренда в рунете;
- | *Эльтикова Е.А.* Digital-технологии в брендинге территорий.

## **Секция 7. Актуальные стратегии коммуникаций в образовании**

- | *Аксайская А.В., Герчикова Т.Я.* Современные диджитал-технологии в продвижении образовательных услуг;
- | *Вострикова И.Ю.* Позиционирование университетов в глобальном цифровом пространстве;
- | *Дудкина А.В.* Стратегические коммуникации в реализации национального проекта «Образование»;
- | *Жукова Г.А.* Современное образование в условиях цифровой трансформации;
- | *Захарова А.В., Кармалова Е.Ю.* Антикризисные коммуникации российских вузов в период вынужденного перехода к дистанционному обучению;
- | *Коваленко О.В., Никитина Я.Т.* Позиции коммуникантов в реализации дистанционных образовательных технологий;
- | *Корнилова Е.Е.* Патриотическое воспитание в образовательном процессе: актуальные коммуникационные стратегии;

- | *Кудрявцева М.Е.* Возможности опосредованной коммуникации как актуальной стратегии в образовании;
- | *Лейман И.И., Томилова Ю.С.* Продвижение услуг в сфере дополнительного образования детей средствами PR и рекламы;
- | *Пряхина А.В., Сыркина А.Н.* Информационно-коммуникационные технологии и цифровая культура в образовании;
- | *Смирнова А.А.* SMM-коммуникации в образовательном процессе: создание игрового «чат-бота»;
- | *Югова Н.А.* Школьные медиа как средство коммуникации школьников с внешним миром.

## **Секция 8. Стратегии и тактики коммуникаций во время пандемии**

- | *Александрова И.Ю.* Цифровые маркетинговые коммуникации на рынке образовательных услуг в период пандемии;
- | *Алташина М.Р.* Театральный интернет-маркетинг в период самоизоляции;
- | *Аронова Е.О., Смирнова Е.Е.* Реклама на российском телевидении в ситуации карантина;
- | *Галлямова Д.А., Байкова И.В.* Коммуникационные тренды в современных реалиях;
- | *Коблякова Ю.М.* Цифровизация и эпоха Covid-19: инструменты PR в коммуникации медицинской организации с широкой общественностью;
- | *Коган Д. А., Чельшева С. Д.* PR нового времени: онлайн vs. офлайн;
- | *Кряжева Н.Ю.* Прямые эфиры в INSTAGRAM как инструмент продвижения в период мировой пандемии;
- | *Ли Инин.* Стратегические коммуникации в условиях эпидемии коронавируса;
- | *Осипова А.В.* Арт-коллаборации как интегрированные коммуникации: период пандемии;
- | *Попов Е.А.* Роль SMM-продвижения в эпоху перемен;
- | *Рабкин В.С.* Процесс коммуникации с внутренней аудиторией компании в рамках перехода на удаленную работу в условиях цифровизации;
- | *Смеюха В.В., Кузьмина О.Г.* Рекламные стратегии в период пандемии;
- | *Таранушич В.А.* Современное дистанционное обучение школьников.