

«PUBLIC RELATIONS AS A BRAND AWARENESS BOOSTER»

Межвузовская студенческая научно-практическая
конференция с международным участием

5 ОКТЯБРЯ 2026

институт иностранных языков РУДН



Место
проведения:

ул. Миклухо-
Маклая, д.6,
Зал юридического
института РУДН



**PEOPLES' FRIENDSHIP UNIVERSITY OF
RUSSIA NAMED AFTER PATRICE LUMUMBA
(RUDN UNIVERSITY)**

INSTITUTE OF FOREIGN LANGUAGES

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ МАРКИ

**Программа межвузовской студенческой
научно-практической конференции
с международным участием**

Москва, 5 октября 2026 г.

PUBLIC RELATIONS AS A BRAND AWARENESS BOOSTER

PROGRAM

**Interuniversity Student Scientific-Practical Conference
with International Participation**

Moscow, October 5th, 2026

Moscow

**Peoples' Friendship University of Russia
2026**

Организационный комитет

Председатель — Соколова Наталия Леонидовна, директор института иностранных языков РУДН, кандидат филологических наук, профессор (Россия)

Сопредседатель — Ерохова Наталья Станиславовна, заместитель директора института иностранных языков РУДН по научной работе, кандидат исторических наук (Россия)

Члены:

- Барабаш И.П., к.экон.н., зам. директора ИИЯ РУДН по экономике, РФ

- Баталов А.А., к.ф.н., старший преподаватель кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯРУДН, РФ

- Безрукова Н.Я., зам. директора по международной деятельности ИИЯ РУДН, РФ

- Богомолова Е.В., первый проректор, институт международных экономических связей (ИМЭС), РФ

- Волкова Я.А., д.ф.н., доцент, профессор кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН, РФ

- Джунушалиева Г.Д., д.и.н., профессор, директор Высшей школы коммуникаций и медиа социо-гуманитарного института Кыргызско-Российского Славянского университета имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина, Кыргызстан

- Петров Г.П., специалист по цифровизации ИИЯ РУДН, РФ

- Смолкина М.А., специалист по научной работе со студентами ИИЯ РУДН, РФ

- Станчуляк Т.Г., к.ф.н., доцент кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН, РФ

- Струнин П.А., главный специалист по информатизации ИИЯ РУДН, РФ

- Чифилев Л.Н., начальник отдела мультимедийных технологий ИИЯ РУДН, РФ

Organizing Committee

Chair – Nataliia L. Sokolova, Professor, PhD in Philology, Director, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)

Co-Chair – Natalia S. Erokhova, PhD in History, Deputy Director for Research, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)

Members:

- Alexandr A. Batalov, PhD, Ass. Professor, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Elena V. Bogomolova, First Vice-Rector, Institute of International Economic Relations (IIER) (Russia)
- Grigoriy P. Petrov, Digital Transformation Specialist, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Gulmira D. Dzhunushalieva, Doctor of Historical Sciences, Professor, Director of the Higher School of Communications and Media of the Social and Humanitarian Institute, KRSU, Kyrgyzstan
- Irina P. Barabash, PhD in Economics, Deputy Director for Economic Affairs, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Leonid N. Chifilev, Head of Multimedia Technologies Department, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Margarita A. Smolkina, Student Research Affairs Specialist, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Natalia Ya. Bezrukova, Deputy Director for International Affairs, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Pavel A. Strunin, Chief IT Specialist, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Tatyana G. Stanchuliak, PhD, Ass. Professor, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Yana A. Volkova, Doctor of Philology, Professor, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)

Программный комитет

Председатель — Соколова Наталия Леонидовна, директор института иностранных языков РУДН, кандидат филологических наук, профессор (Россия)

Сопредседатель — Ерохова Наталья Станиславовна, заместитель директора института иностранных языков РУДН по научной работе, кандидат исторических наук (Россия)

Члены:

- Баталов А.А., к.ф.н., старший преподаватель кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯРУДН, РФ
- Болдовская Т.В., главный специалист ИИЯ РУДН по редакционно-издательской деятельности, РФ
- Джунушалиева Г.Д., д.и.н., профессор, директор Высшей школы коммуникаций и медиа социо-гуманитарного института Кыргызско-Российского Славянского университета имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина, Кыргызстан
- Егорова Л.А., к.ф.н., доцент, доцент кафедры теории и практики иностранных языков, руководитель отделения «Лингвистика» ИИЯ РУДН, РФ
- Лобутева Е.С., руководитель секции иностранных языков кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин ИМЭС, РФ
- Смолкина М.А., специалист по научной работе со студентами ИИЯ РУДН, РФ
- Станчулак Т.Г., к.ф.н., доцент кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН, РФ

Program Committee

Chair – Nataliia L. Sokolova, Professor, PhD in Philology, Director, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)

Co-Chair – Natalia S. Erokhova, PhD in History, Deputy Director for Research, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)

Members:

- Alexandr A. Batalov, PhD, Ass. Professor, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Elena S. Lobuteva, Head of the Foreign Languages Section, Department of Humanities and Natural Sciences, Institute of International Economic Relations (IIER), (Russia)
- Gulmira D. Dzhunushalieva, Doctor of Historical Sciences, Professor, Director of the Higher School of Communications and Media of the Social and Humanitarian Institute, KRSU, Kyrgyzstan
- Ludmila A. Egorova, PhD, Ass. Professor, Head of Linguistics Department, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Margarita A. Smolkina, Student Research Affairs Specialist, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Tatyana G. Stanchuliak, PhD, Ass. Professor, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)
- Tatyana V. Boldovskaya, PhD, Chief Specialist in Editorial and Publishing Activities, Institute of Foreign Languages, RUDN University (Russia)

Дата: 5 октября 2026 г.

Время: 10.00 - 17.00 (по московскому времени)

9:20 - 10:00 - регистрация

Место:

Офлайн – Главный корпус РУДН, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

Регламент:

- **Приветственное слово** - 5-10 минут
- **Пленарный доклад** - до 20 минут
- **Секционные доклады** - 5 минут
- **Дебаты** - до 10 минут для пленарного доклада
- до 2 минут для секционного доклада

Date: October, 5th, 2026

Time: 10.00 - 17.00 (Moscow time)

9:20 – 10:00– registration

Place:

Offline – Main Bld., Moscow, Miklukho-Maklaya st., 6

Time limit:

- **Welcome speech** – 5-10 minutes
- **Plenary speech** - up to 20 minutes
- **Sessions speech** – 5 minutes
- **Q&A** - up to 10 minutes for plenary speech
- up to 2 minutes for sessions speech

РАСПИСАНИЕ / TIMETABLE

Сессия/ Session	Время /Time	Страницы /Pages
ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ <i>(Зал юридического института)</i> PLENARY SESSION <i>(Law Institute hall, Main Building)</i>	10:00 – 13:00 	9-12
<i>Перерыв / break</i>	<i>13:00 – 14:00</i>	
Секция 1 / Session 1 PR Campaigns Examples. Tactics and Strategies <i>(Зал юридического института)</i> / <i>(Law Institute hall, Main Building)</i>	14:00 – 17:00 	13-27
Секция 2 / Session 2 Communication in Branding / PR, Advertising And Mass Culture: Linguistic And Communication Issues <i>(Лекционный зал №1, Главный корпус) / (lecture hall №1, Main Bld.)</i>	14:00 – 17:00 	28-42

ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ

(10:00 – 13:00)

(Зал юридического института РУДН,

Главный корпус)



Ключевые спикеры на Пленарной сессии:

1. Джунушалиева Гульмира Дженишевна, доктор исторических наук, профессор, директор Высшей школы коммуникаций и медиа социо-гуманитарного института Кыргызско-Российского Славянского университета имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина (Кыргызстан)

Тема: «Всемирные игры кочевников как бренд Кыргызстана»

2. Юе Яньфен, доцент, Ляонинский университет науки и технологии, PR менеджер в издательстве «New Star» (Пекин, Китай)

Тема: «Poisoning the Well: LV'S Claim to Ownership of Cultural Symbols of China and its PR Crisis With Molly tea»

3. Коваль Раиса Эдуардовна, руководитель по связям с общественностью компании «Burya.Group» (Россия)

Тема: «Мы столько лет убивали PR, а теперь AI возвращает его обратно или кого порекомендует Chat GPT вашему клиенту? Как AI меняет продвижение юридической фирмы»

4. Тарханова Мария Евгеньевна, председатель Союза пиарщиков России; Руководитель подразделения по регулированию инфобизнеса и блогосферы в Торгово-промышленной палате РФ; Лауреат национальной премии 2025 за проект «Союз пиарщиков России» (номинации «Лучшее профессиональное сообщество 2025») (Россия)

Тема: «Антикризисный PR: новые законы продвижения»

5. Азнавур Мари, эксперт пиар-технологий и коммуникаций с 20 летним опытом в сфере культуры, искусства, моды и гастрономии, модератор и ведущий конференций и форумов, имиджмейкер, трансформационный коуч, трансформационный коуч, владеет нетворкинг-ключами для эко-интеграции в сообщества и обладает знаниями ментальности, психологии и способа коммуникаций в международной аудитории, партнер профи PR&Brand альянса, член ассоциации спикеров СНГ Радислава Гандапаса, член Союза пиарщиков РФ, членом ICF, член международного женского клуба IWC, создала свой бренд “AZMARI” (Россия)

Тема: «Как создать свой бренд и коллаборации»

PLENARY SESSION

(10:00 – 13:00)

(Law Institute hall, Main Building)



Keynote speakers:

1. Gulmira D. Junushalieva, Doctor of Historical Sciences, Professor, Director of the Higher School of Communications and Media at the Social and Humanitarian Institute, Kyrgyz-Russian Slavic University named after the First President of the Russian Federation, B.N. Yeltsin (Kyrgyzstan)

Topic: “The World Nomad Games as a Brand of Kyrgyzstan”

2. Yue Yanfeng, Associate Professor, Liaoning University of Science and Technology; PR Manager at New Star Publishing House (Beijing, China)

Topic: “Poisoning the Well: LV’s Claim to Ownership of China’s Cultural Symbols and Its PR Crisis with Molly Tea”

3. Raisa E. Koval, Head of Public Relations at Burya.Group (Russia)

Topic: “We Spent Years Killing PR, and Now AI Is Bringing It Back – or: Who Will ChatGPT Recommend to Your Client? How AI Is Changing Law Firm Promotion”

4. Maria E. Tarkhanova, Chair of the Union of PR

Professionals of Russia; Head of the Information Business and Blogosphere Regulation Division at the Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation; Laureate of the 2025 National Award for the project “Union of PR Professionals of Russia” (category: “Best Professional Community 2025”)

Topic: “Crisis PR: New Rules of Promotion”

5. Marie Aznavour, PR technology and communications expert with 20 years of experience in culture, arts, fashion, and gastronomy; moderator and host of conferences and forums; image consultant; transformational coach; equipped with networking tools for organic integration into communities and expertise in mentalities, psychology, and communication styles for international audiences; Partner at the PRO PR&Brand Alliance; member of Radislav Gandapas’s CIS Speakers Association; member of the Union of PR Professionals of the Russian Federation; member of the ICF; member of the International Women’s Club (IWC); founder of her own brand, AZMARI

Topic: “How to Build Your Own Brand and Collaborations”

СЕКЦИЯ 1

(Зал юридического института, Главный корпус)

(14:00 – 17:00)

PR CAMPAIGNS EXAMPLES. TACTICS AND STRATEGIES

Руководитель: Александр Александрович Баталов, e-mail: batalov-aa@rudn.ru

Модератор: Князева Светлана Александровна, e-mail: 1032257529@rudn.ru; Саакян Мария Артёмовна, e-mail: 1132262980@rudn.ru

SESSION 1

(Law Institute hall, Main Building)

(14:00 - 17:00)



Chair: Alexandr A. Batalov, e-mail: batalov-aa@rudn.ru

Moderator: Svetlana A. Knyazeva, e-mail: 1032257529@rudn.ru;
Maria A. Saakyan, e-mail: 1132262980@rudn.ru

**“REAL BEAUTY” AS A LONG-TERM PR STRATEGY:
HOW DOVE BUILT BRAND TRUST THROUGH
PURPOSE-DRIVEN COMMUNICATION**

**«НАСТОЯЩАЯ КРАСОТА» КАК ДОЛГОСРОЧНАЯ
PR-СТРАТЕГИЯ: КАК DOVE ВЫСТРОИЛ ДОВЕРИЕ К
БРЕНДУ ЧЕРЕЗ ЦЕННОСТНО
ОРИЕНТИРОВАННУЮ КОММУНИКАЦИЮ**

¹Козлов Павел Леонидович, ²Майсурадзе Эвелина Александровна, 2 курс специалитета

¹Pavel L. Kozlov, ²Evelina A. Maisuradze, 2nd-year students of a specialist's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

e-mail: will0chka@yandex.ru

Научный руководитель – Лобутева Елена Сергеевна, руководитель секции иностранных языков кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин ИМЭС

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ ПОПУЛЯРНОСТИ БРЕНДА ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ PR-КАМПАНИЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

MATHEMATICAL MODELING OF BRAND POPULARITY DYNAMICS UNDER THE INFLUENCE OF PR CAMPAIGNS ON SOCIAL MEDIA

¹Ашимбекова Асема Маликовна, ²Джаманкулова Аделина Зарылбековна, 2 курс бакалавриата

¹Assema M. Ashimbekova, ²Adelina Z. Dzhamankulova, 2nd-year students of a bachelor's degree

Кыргызско-Российский Славянский университет имени первого Президента Российской Федерации Б. Н. Ельцина (КРСУ), Бишкек, Кыргызстан

Kyrgyz-Russian Slavic University named after Boris Yeltsin (KRSU), Bishkek, Kyrgyzstan

e-mail: kua921512@gmail.com

Научный руководитель – Любимова Наталья Александровна, старший преподаватель кафедры иностранных языков КРСУ

FEATURES OF SHOPPING LIVESTREAMS IN CHINA AND THEIR IMPACT ON CONSUMER TRENDS OVER THE PAST DECADE

ОСОБЕННОСТИ ШОПИНГ-СТРИМОВ В КИТАЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ ЗА ПОСЛЕДНЕЕ ДЕСЯТИЛЕТИЕ

¹Намсараева Юлия Борисовна, ²Сарыкалина Василиса Егоровна, 3 курс бакалавриата

¹Yulia B. Namsaraeva, ²Vasilisa E. Sarykalina, 3rd-year students of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

e-mail: 9680431330@mail.ru

Научный руководитель – Лобутева Елена Сергеевна, руководитель секции иностранных языков кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин ИМЭС

PR-СТРАТЕГИЯ АВИАКОМПАНИИ «ПОБЕДА»: КЕЙС «РЕЙС ЗНАКОМСТВ»

PR STRATEGY OF POBEDA AIRLINES: THE “FLIGHT OF ACQUAINTANCES” CASE

¹Тимофеева Сабина Эльдаровна, ²Шелякина Анастасия

Сергеевна, 2 курс магистратуры

¹Sabina E. Timofeeva, ²Anastasia S. Shelyakina, 2nd-year students of a master's degree

^{1,2}Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия

^{1,2}Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow, Russia

¹e-mail: 1132250937@rudn.ru

²e-mail: 1032256699@rudn.ru

Научный руководитель – Баталов Александр Александрович, к. ф. н., старший преподаватель кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН

PROVOCATION AS A BRAND AWARENESS INSTRUMENT: THE BALENCIAGA CASE FROM MEME MARKETING TO REPUTATIONAL CRISIS

ПРОВОКАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА: КЕЙС BALENCIAGA ОТ МЕМ-МАРКЕТИНГА ДО РЕПУТАЦИОННОГО КРИЗИСА

Чернавин Игорь Артемович, 1 курс бакалавриата

Igor A. Chernavin, 1st-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

e-mail: fyrka6271@gmail.com

Научный руководитель – Ханаева Елена Сергеевна, старший преподаватель кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ БРЕНДИНГА САМАРЫ: ОТ ГОРОДА- ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ К ГОРОДУ ЛИЧНОГО ОПЫТА

SAMARA PLACE BRANDING COMMUNICATION STRATEGY: FROM A CITY OF LANDMARKS TO A CITY OF PERSONAL EXPERIENCES

Моисеева Ксения Александровна, 4 курс бакалавриата
Ksenia A. Moiseeva, 4th-year student of a master's degree

Самарский национальный исследовательский университет
им. С.П. Королева, Самара, Россия
Samara National Research University named after Academician
S.P. Korolev, Samara, Russia

e-mail: mismois2005@yandex.ru

*Научный руководитель – Тютелова Лариса Геннадьевна, д.
ф. н., заведующий кафедрой русской и зарубежной
литературы и связей с общественностью Самарского
университета*

BOOK PROMOTION STRATEGIES IN RUSSIA (BASED ON “GUARDIANS OF THE EIGHTEEN DISTRICTS” BY ANTONINA CRANE)

СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ КНИГИ В РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ «СТРАЖИ ВОСЕМНАДЦАТИ РАЙОНОВ» АНТОНИНЫ КРЕЙН»)

Тараканова Екатерина Алексеевна, 2 курс магистратуры
Ekaterina A. Tarakanova, 2nd-year student of a master's
degree

Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия
Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow,
Russia

e-mail: 1032256673@rudn.ru

*Научный руководитель – Станчуляк Татьяна Геннадьевна,
к. ф. н., доцент кафедры теории и практики иностранных
языков РУДН*

КУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ PR-СТРАТЕГИЙ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ

CULTURAL ADAPTATION OF PR STRATEGIES OF CHINESE COMPANIES IN FOREIGN MARKETS

Даузова Амира Харсановна, 3 курс специалитета

Amira Kh. Dauzova, 3rd- year student of a specialist's degree

Кыргызско-Российский Славянский университет имени
первого Президента Российской Федерации Б. Н. Ельцина
(КРСУ), Бишкек, Кыргызстан

Kyrgyz-Russian Slavic University named after Boris Yeltsin
(KRSU), Bishkek, Kyrgyzstan

e-mail: amiradauzova@gmail.com

*Научный руководитель – Чинлода Мадина Сулеймановна,
кандидат филологических наук, старший преподаватель
КРСУ*

PR CAMPAIGNS IN THE FINANCIAL SECTOR: STRATEGIES AND TACTICS

PR-КАМПАНИИ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

Медведева Светлана Васильевна, 1 курс бакалавриата
Svetlana V. Medvedeva, 1st-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: rushvaleeva@mail.ru

*Научный руководитель – Валеева Рушания Дамировна,
преподаватель ИМЭС*

THE ROLE OF AMBASSADORS IN SHAPING BRAND IMAGE

РОЛЬ АМБАССАДОРОВ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА БРЕНДА

¹Скворцова Галина Станиславовна, ²Щелкунова Анастасия Валерьевна, 2 курс магистратуры

¹Galina S. Skvortsova, ²Anastasia V. Shchelkunova, 2nd-year students of a master's degree

^{1,2}Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия

^{1,2}Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow, Russia

¹e-mail: 1132250949@rudn.ru

²e-mail: 1032257901@rudn.ru

*Научный руководитель – Баталов Александр Александрович,
к. ф. н., старший преподаватель кафедры теории и
практики иностранных языков ИИЯ РУДН*

RUSSIAN CLASSICAL LITERATURE AS A TOOL FOR ENHANCING BRAND AWARENESS IN BANKING

ADVERTISING

РУССКАЯ КЛАССИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА В РЕКЛАМЕ БАНКОВ

Пыжова Яна Александровна, 1 курс бакалавриата

Yana A. Pyzhova, 1st-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: yanasoua@yandex.ru

*Научный руководитель – Чиждова Анастасия Олеговна,
старший преподаватель кафедры гуманитарных и
естественно-научных дисциплин, ИМЭС*

ОТ АФИШИ ДО DIGITAL: ПРОДВИЖЕНИЕ ТЕАТРАЛЬНОГО ПРОДУКТА В СОВРЕМЕННОМ КОММУНИКАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

FROM POSTERS TO DIGITAL: PROMOTING THEATRICAL PRODUCTS IN THE MODERN COMMUNICATION LANDSCAPE

Потриваева Юлия Сергеевна, 2 курс магистратуры

Yulia S. Potrivaeva, 2nd-year student of a master's degree

Российский государственный социальный университет
(РГСУ), Москва, Россия

Russian State Social University (RSSU), Moscow, Russia

e-mail: yuliapotrivaevaa@gmail.com

*Научный руководитель – Зеленев Владимир Владимирович,
к. э. н., доцент, заместитель заведующего кафедрой, РГСУ*

ADVERTISING CAMPAIGNS OF AIRLINES AND THEIR INNOVATIVE METHODS

РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ АВИАКОМПАНИЙ И ИХ ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ

¹Буркова Анастасия Александровна, ²Высоцкая Аделина Денисовна, 2 курс бакалавриата

¹Anastasia A. Burkova, ²Adelina D. Vysotskaya, 2nd-year students of a bachelor's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

¹e-mail: aburkova409@gmail.com

Научный руководитель – Ханаева Елена Сергеевна, старший преподаватель кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

KOLOBOK: HOW A PR STUNT BURNED THE BUN

КОЛОБОК: КАК PR-ХОД ПРИВЁЛ К ПРОВАЛУ

¹Князева Светлана Александровна, ²Николаева Жанна Вадимовна, 2 курс магистратуры

¹Svetlana A. Knyazeva, ²Zhanna V. Nikolaeva, 2nd-year students of a master's degree

^{1,2}Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия

^{1,2}Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow, Russia

¹e-mail: 1032257529@rudn.ru

²e-mail: 1132250940@rudn.ru

*Научный руководитель – Баталов Александр Александрович,
к. ф. н., старший преподаватель кафедры теории и
практики иностранных языков ИИЯ РУДН*

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН PR-КАМПАНИЙ: КАК СТРАХ, НАДЕЖДА И ГОРДОСТЬ ВЛИЯЮТ НА ВОВЛЕЧЁННОСТЬ АУДИТОРИИ

EMOTIONAL DESIGN OF PR CAMPAIGNS: HOW FEAR, HOPE, AND PRIDE AFFECT AUDIENCE ENGAGEMENT

Ситдикова Камила Дамировна, 3 курс бакалавриата

Kamila D. Sitdikova, 3rd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: kamila.sitdikova.8@gmail.com

*Научный руководитель – Лобутева Елена Сергеевна,
руководитель секции иностранных языков кафедры
гуманитарных и естественно-научных дисциплин ИМЭС*

THE “MICHAEL” PHENOMENON: FROM CULTURAL SPARK TO PR STRATEGY

ФЕНОМЕН ФИЛЬМА «МАЙКЛ»: ОТ КУЛЬТУРНОЙ ВСПЫШКИ К PR-СТРАТЕГИИ

¹Блохин Андрей Владимирович, ²Ипполитова Екатерина
Сергеевна, 2 курс магистратуры

¹Andrey V. Blokhin, ²Ekaterina S. Ippolitova, 2nd-year

students of a master's degree

^{1,2}Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия

^{1,2}Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow, Russia

¹e-mail: ablohin846@mail.ru

²e-mail: 1032257905@rudn.ru

Научный руководитель – Баталов Александр Александрович, к. ф. н., старший преподаватель кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН

BAD PUBLICITY AS A WAY OF GAINING POPULARITY

НЕГАТИВНАЯ ПУБЛИЧНОСТЬ КАК СПОСОБ ПОЛУЧЕНИЯ ПОПУЛЯРНОСТИ

¹Музыка Полина Александровна, ²Сидоренко Сергей Александрович, 2 курс бакалавриата

¹Polina A. Muzyka, ²Sergey A. Sidorenko, 2nd-year students of a bachelor's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

¹e-mail: apolona.official@gmail.com

Научный руководитель – Ханаева Елена Сергеевна, старший преподаватель кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

PR TECHNIQUES FOR ATTRACTING AND ENGAGING AUDIENCES IN A SPORTS AND ENTERTAINMENT

PROJECT: A CASE STUDY OF THE WINLINE MEDIA FOOTBALL LEAGUE

PR-ТЕХНОЛОГИИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ВОВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ В СПОРТИВНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ПРОЕКТ (НА ПРИМЕРЕ WINLINE МЕДИЙНОЙ ФУТБОЛЬНОЙ ЛИГИ)

¹Жамалетдинов Шамиль Заурович, ²Черепов Егор Сергеевич, 2 курс магистратуры

¹Shamil Z. Zhamaletdinov, ²Egor S. Cherepov, 2nd-year students of a master's degree

^{1,2}Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия

^{1,2}Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow, Russia

¹e-mail: 1132250939@rudn.ru

²e-mail: krutisna2@mail.ru

Научный руководитель – Баталов Александр Александрович, к. ф. н., старший преподаватель кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН

VIRAL MARKETING

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ

¹Волкова Анастасия Денисовна, ²Лукина Екатерина Александровна, 2 курс бакалавриата

¹Anastasia D. Volkova, ²Ekaterina A. Lukina, 2nd-year students of a bachelor's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

²e-mail: katya.lukina.07@mail.ru

Научный руководитель – Ханаева Елена Сергеевна, старший преподаватель кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

THE COST OF IMPORTED MEANINGS: HOW A PR AGENCY'S MISREADING OF TURKEY'S CULTURAL CODE SPARKED A NATIONAL BACKLASH

ЦЕНА ПРИВНЕСЁННЫХ СМЫСЛОВ: КАК НЕВЕРНОЕ ПРОЧТЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО КОДА ТУРЦИИ PR-АГЕНТСТВОМ ВЫЗВАЛО ВОЛНУ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОГО ВОЗМУЩЕНИЯ

Эсенова Айлара, 2 курс магистратуры

Aylara Esenova, 2nd-year student of a master's degree

Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия
Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow, Russia

e-mail: tmkl.0910@gmail.com

Научный руководитель – Баталов Александр Александрович, к. ф. н., старший преподаватель кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ РУДН

DIGITAL PR STRATEGIES OF FASHION BRANDS ON XIAOHONGSHU

ЦИФРОВЫЕ PR-СТРАТЕГИИ МОДНЫХ БРЕНДОВ В XIAOHONGSHU

Таджибаева Диана Алексеевна, 2 курс бакалавриата

Diana A. Tadzhibaeva, 2nd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),

Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: dianatadzibaeva1@gmail.com

*Научный руководитель – Плотникова Галина Олеговна,
старший преподаватель, ИМЭС*

INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SOCIALLY-ORIENTED PR CAMPAIGNS: A CASE STUDY OF PEDIGREE'S PET ADOPTION PROGRAM

ИНТЕГРАЦИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫЕ PR- КАМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ ПОМОЩИ ПО ПРИСТРОЙСТВУ ЖИВОТНЫХ БРЕНДА PEDIGREE)

Касперович Юлия Олеговна, 2 курс магистратуры

Yulia O. Kasperovich, 2nd-year student of a master's degree

Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия
Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow,
Russia

e-mail: 1032255966@rudn.ru

*Научный руководитель – Баталов Александр Александрович,
к. ф. н., старший преподаватель кафедры теории и
практики иностранных языков ИИЯ РУДН*

PR-КАМПАНИИ ЮЖНОКОРЕЙСКИХ КОСМЕТИЧЕСКИХ БРЕНДОВ: ПРИМЕРЫ УСПЕХА И ПРОВАЛА

PR CAMPAIGNS OF SOUTH KOREAN COSMETICS BRANDS: EXAMPLES OF SUCCESS AND FAILURE

¹Сим Александр Алексеевич, ²Хачатуров Сергей Сергеевич, 3 курс бакалавриата

¹Alexandr A. Sim, ²Sergey S. Khachaturov, 3rd-year students of a bachelor's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

¹e-mail: homa.sim.2005@mail.ru

²e-mail: sha4aturov@yandex.ru

Научный руководитель – Ежова Мария Владимировна, старший преподаватель секции иностранных языков кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

ANTI-FRAGILE PR AND SCANDAL MARKETING; STRATEGIES AND TACTICS OF RYANAIR

АНТИХРУПКИЙ PR И СКАНДАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ RYANAIR

Шумаков Кирилл Сергеевич, 2 курс магистратуры

Kirill S. Shumakov, 2nd-year student of a master's degree

Институт иностранных языков, РУДН, Москва, Россия
Institute of Foreign Language, RUDN University, Moscow, Russia

e-mail: kirillshumakov2@gmail.com

Научный руководитель – Станчуляк Татьяна Геннадьевна, к. ф. н., доцент кафедры теории и практики иностранных языков РУДН

СЕКЦИЯ 2
(Лекционный зал №1, Главный корпус)
(14:00 – 17:00)



***BRAND COMMUNICATIONS / PR, ADVERTISING
AND MASS CULTURE: LINGUISTIC AND
COMMUNICATION ISSUES***

Руководитель: Наталья Станиславовна Ерохова,

e-mail: erokhova-ns@rudn.ru

Модератор: Болохан Мария, e-mail: 1032265221@rudn.ru

SESSION 2
(Lecture hall №1, Main Building)
(14:00 – 17:00)

Chair: Natalia S. Erokhova, e-mail: erokhova-ns@rudn.ru

Moderator: Maria Bolokhan, e-mail: 1032265221@rudn.ru

**МЕЖДУНАРОДНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
АРХИТЕКТУРНЫХ СИМВОЛОВ В КИТАЙСКИХ
МУЛЬТФИЛЬМАХ И ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА
КИТАЯ ЗА РУБЕЖОМ**

**THE INTERNATIONAL EXPRESSION OF
ARCHITECTURAL SYMBOLS IN CHINESE ANIMATED
FILMS AND THE SHAPING OF CHINA'S OVERSEAS
IMAGE**

¹Цуй Яоцзя, 4 курс бакалавриата / ²Ян Цзянань, 4 курс бакалавриата / ³Шао Синюй, 4 курс бакалавриата

¹Cui Yaojia, 4th-year student of a bachelor's degree / ²Yang Jianan, 4th-year student of a bachelor's degree / ³Shao Xinyu, 4th-year student of a bachelor's degree

^{1,2,3}Школа архитектуры и художественного дизайна, Ляонинский университет науки и технологий, Аньшань, Китай

^{1,2,3}School of Architecture and Artistic Design, University of Science and Technology Liaoning, Anshan, China

¹e-mail: 3338750473@qq.com

²e-mail: 3434660939@qq.com

³e-mail: 1157246064@qq.com

Научный руководитель – Юэ Янфэнь, доцент, Ляонинский университет науки и технологии

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В PR-КОММУНИКАЦИЯХ: КАК РЕГИОН ПОМОГАЕТ ФОРМИРОВАТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА

REGIONAL IDENTITY IN PR COMMUNICATIONS: HOW A REGION HELPS BUILD BRAND AWARENESS

Оганесян Тигран Арманович, сотрудник
Tigran A. Oganesyanyan, staff member

Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

e-mail: tigr2k17og@yandex.ru

Научный руководитель – Ежова Мария Владимировна,

старший преподаватель секции иностранных языков
кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин,
ИМЭС

ДИНАМИКА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В ЭКОНОМИКЕ КИТАЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЁ РАЗВИТИЯ

DYNAMICS OF THE CONSTRUCTION ECONOMY IN CHINA AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT

¹Ван Юй, 4 курс бакалавриата / ²Ван Сиин, 4 курс
бакалавриата

¹Wang Yu, 4th-year student of a bachelor's degree / ²Wang
Siying, 4th-year student of a bachelor's degree

^{1,2}Школа архитектуры и художественного дизайна,
Ляонинский университет науки и технологий, Аньшань,
Китай

^{1,2}School of Architecture and Artistic Design, University of
Science and Technology Liaoning, Anshan, China

¹e-mail: W3470002619@outlook.com

²e-mail: 2834866070@qq.com

*Научный руководитель – Юэ Янфэнь, доцент, Ляонинский
университет науки и технологии*

ОДИН ИЗ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ АГРЕГАТОРА СКИДОК В КЫРГЫЗСТАНЕ

ONE OF THE CHANNELS FOR PROMOTING A DISCOUNT AGREGATOR IN KYRGYZSTAN

Комарова Александра Андреевна, преподаватель высшей

школы коммуникации и медиа

Alexandra A. Komarova, lecturer at the Higher School of Communication and Media

Кыргызско-Российский Славянский университет им. первого президента Б.Н. Ельцина, Бишкек, Кыргызстан

Kyrgyz-Russian Slavic University named after B. N. Yeltsin, Bishkek, Kyrgyzstan

e-mail: Sashandkom@gmail.com

ПРОДВИЖЕНИЕ ЛОКАЛЬНЫХ БРЕНДОВ ЧЕРЕЗ РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕДИА И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

PROMOTION OF LOCAL BRANDS THROUGH REGIONAL MEDIA AND SOCIAL NETWORKS

Богомолова Мария Олеговна, сотрудник

Maria O. Bogomolova, staff member

Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

e-mail: m.bogomolova@kmept.ru

Научный руководитель – Ежова Мария Владимировна, старший преподаватель секции иностранных языков кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

ЛОКАЛИЗАЦИЯ И ТРАНСКРЕАЦИЯ РЕКЛАМЫ: НЕМЕЦКИЙ, РУССКИЙ И КЫРГЫЗСКИЙ ЯЗЫКИ В БРЕНДИНГЕ

LOCALIZATION AND TRANSCRIPTION OF ADVERTISING: GERMAN, RUSSIAN, AND KYRGYZ LANGUAGES IN BRANDING

¹Асылбекова Даяна Марсовна, 4 курс специалитета /

²Алымбекова Миргул Нурлановна, 4 курс специалитета

¹Dayana M. Asylbekova, 4th-year student of a specialist's degree

/ ²Mirgul N. Alymbekova, 4th-year student of a specialist's degree

^{1,2}Кыргызско-Российский Славянский университет им. первого президента Б.Н. Ельцина, Бишкек, Кыргызстан

^{1,2}Kyrgyz-Russian Slavic University named after B. N. Yeltsin, Bishkek, Kyrgyzstan

¹e-mail: adayana0511@gmail.com

²e-mail: alymbekovamirgul@gmail.com

Научный руководитель – Абдыкаимова Орункан Сатарбаевна, кандидат филологических наук, доцент

EVENT-MARKETING КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА

EVENT MARKETING AS A TOOL FOR INCREASING BRAND AWARENESS

Родителева Дарья Александровна, 3 курс бакалавриата

Darya A. Roditeleva, 3rd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

e-mail: dashes89263387535@gmail.com

Научный руководитель – Куликова Инна Николаевна,

преподаватель, руководитель образовательной программы
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» ИМЭС

КОЛЛАБОРАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ ИНСТИТУЦИЙ И КОММЕРЧЕСКИХ БРЕНДОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ С АУДИТОРИЕЙ

COLLABORATIONS BETWEEN CULTURAL INSTITUTIONS AND COMMERCIAL BRANDS IN THE RUSSIAN FEDERATION AS A WAY OF COMMUNICATING WITH THE AUDIENCE

Тюленева Екатерина Андреевна, 4 курс бакалавриата
Ekaterina A. Tyuleneva, 4th-year student of a bachelor's degree

Национальный исследовательский университет «Высшая
школа экономики» (НИУ ВШЭ), Москва, Россия

National Research University Higher School of Economics (HSE
University), Moscow, Russia

e-mail: ektiuleneva@yandex.ru

Научный руководитель – Цыганова Любовь Александровна,
кандидат исторических наук, доцент Школы коммуникаций
факультета креативных индустрий НИУ ВШЭ

ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ БЛОГЕРОВ И ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГ

PERSONAL BRANDING FOR BLOGGERS AND INFLUENCER MARKETING

¹Молчанов Дмитрий Романович, ²Певкина Светлана
Алексеевна, 1 курс бакалавриата

¹Dmitry R. Molchanov, ²Svetlana A. Pevkina, 1st-year students of a bachelor's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

e-mail: rushvaleeva@mail.ru

Научный руководитель – Валеева Рушания Дамировна, преподаватель ИМЭС

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ЭПОХУ ГЕНЕРАТИВНОГО ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА: ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ АУТЕНТИЧНОСТЬ КАК ФАКТОР УЗНАВАЕМОСТИ И ДОВЕРИЯ К БРЕНДУ

PUBLIC RELATIONS IN THE AGE OF GENERATIVE AI: HUMAN AUTHENTICITY AS A DRIVER OF BRAND AWARENESS AND TRUST

Братцева Валерия Олеговна, 2 курс бакалавриата
Valeria O. Bratseva, 2nd-year student of a bachelor's degree

Кыргызско-Российский Славянский университет им. первого президента Б.Н. Ельцина, Бишкек, Кыргызстан

Kyrgyz-Russian Slavic University named after B. N. Yeltsin, Bishkek, Kyrgyzstan

e-mail: lerabratt@gmail.com

Научный руководитель – Гребенищикова Елена Александровна, старший преподаватель кафедры рекламы и связи с общественностью

EVENT PR КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ РЕГИОНА: РОЛЬ ФЕСТИВАЛЕЙ, ФОРУМОВ И ГОРОДСКИХ ПРАЗДНИКОВ

EVENT PR AS A TOOL FOR INCREASING REGIONAL AWARENESS: THE ROLE OF FESTIVALS, FORUMS, AND URBAN CELEBRATIONS

Петров Александр Николаевич, сотрудник
Alexander N. Petrov, staff member

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: 0984126@mail.ru

*Научный руководитель – Ежова Мария Владимировна,
старший преподаватель секции иностранных языков
кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин,
ИМЭС*

ВОСТОЧНАЯ ЭТНО-ЭСТЕТИКА В ГЛОБАЛЬНОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТРАДИЦИОННЫХ СИМВОЛОВ В ВИЗУАЛЬНОМ И ТЕКСТОВОМ PR

EASTERN ETHNO-AESTHETICS IN THE GLOBAL MEDIA LANDSCAPE: INTERPRETING TRADITIONAL SYMBOLS IN VISUAL AND TEXTUAL PR

Юсупова Олеся Андреевна, 4 курс специалитета
Olesya A. Yusupova, 4th-year student of a specialist's degree

Кыргызско-Российский Славянский университет им. первого
президента Б.Н. Ельцина, Бишкек, Кыргызстан

Kyrgyz-Russian Slavic University named after B. N. Yeltsin,

Bishkek, Kyrgyzstan

e-mail: lesia2003.22@gmail.com

*Научный руководитель – Дербишева Замира Касымбековна,
к.ф.н., профессор*

МАНИПУЛЯЦИИ В РЕКЛАМЕ КАК ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ И ВОСПРИЯТИЕ БРЕНДА

MANIPULATION IN ADVERTISING AS A FACTOR SHAPING CONSUMER CHOICE AND BRAND PERCEPTION

¹Брусина Марина Евгеньевна, 4 курс бакалавриата /

²Матченко Анастасия Васильевна, 4 курс бакалавриата

¹Marina E. Brusina, 4th-year student of a bachelor's degree /

²Anastasia V. Matchenko

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

¹e-mail: marina.br0506@gmail.com

²e-mail: ivashneva.s@yandex.ru

*Научный руководитель – Лобутева Елена Сергеевна,
руководитель секции иностранных языков кафедры
гуманитарных и естественно-научных дисциплин ИМЭС*

КУЛЬТУРНЫЕ КОДЫ ПОКОЛЕНИЯ Z В PR- КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА: МЕЖДУ АУТЕНТИЧНОСТЬЮ И ИМИТАЦИЕЙ

GENERATION Z CULTURAL CODES IN BRAND PR

COMMUNICATION: BETWEEN AUTHENTICITY AND IMITATION

Рылина Анжелика Алексеевна, 3 курс бакалавриата
Angelika A. Rylyna, 3rd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: Anjelicuss@yandex.ru

Научный руководитель – Куликова Инна Николаевна,
преподаватель, руководитель образовательной программы
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» ИМЭС

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ РАЗРЫВЫ В МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЯХ: ПОЧЕМУ ПЕРЕВОД НЕ РАБОТАЕТ

LINGUISTIC AND CULTURAL GAPS IN INTERNATIONAL ADVERTISING CAMPAIGNS: WHY TRANSLATION DOESN'T WORK

¹**Боева Елена Романовна**, 3 курс бакалавриата / ²**Ивашнёва
Софья Павловна**, 3 курс бакалавриата

¹**Elena R. Boeva**, 3rd-year student of a bachelor's degree / ²**Sofya
P. Ivashnyova**

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

¹e-mail: elincessa@yandex.ru

²e-mail: ivashneva.s@yandex.ru

Научный руководитель – Ежова Мария Владимировна, старший преподаватель кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИОННЫМИ РИСКАМИ ПРИ ВЫХОДЕ КИТАЙСКИХ БРЕНДОВ ОДЕЖДЫ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК

REPUTATION RISK MANAGEMENT WHEN CHINESE CLOTHING BRANDS ENTER THE RUSSIAN MARKET

¹Тирси Софи Каримовна, ²Князев Артём Васильевич, 3 курс бакалавриата

¹Sophie K. Tirsi, ²Artem V. Knyazev, 3rd-year students of a bachelor's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС), Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow, Russia

¹e-mail: Sophie.tirsi@mail.ru

²e-mail: avk2112@bk.ru

Научный руководитель – Ежова Мария Владимировна, старший преподаватель секции иностранных языков кафедры гуманитарных и естественно-научных дисциплин, ИМЭС

ЛИЧНЫЙ БРЕНД ЮРИСТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ПРАВОВЫЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ ГРАНИЦЫ PR-КОММУНИКАЦИИ

THE PERSONAL BRAND OF A LAWYER ON SOCIAL MEDIA: LEGAL AND PROFESSIONAL-ETHICAL BOUNDARIES OF PR COMMUNICATION

Бровкина Анна Павловна, 3 курс бакалавриата
Anna P. Brovkina, 3rd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: annabrovkina01-kps0022-07@yandex.ru

Научный руководитель – Суетин Сергей Николаевич,
кандидат экономических наук, доцент, PhD, руководитель
образовательной программы ВЭД, доцент кафедры
экономики ИМЭС

ОБЪЕДИНЁННЫЕ АРАБСКИЕ ЭМИРАТЫ (ОАЭ)

UNITED ARAB EMIRATES (UAE)

¹**Блохина Марьяна Викторовна**, 1 курс бакалавриата /

²**Борисова Анастасия Сергеевна**, 1 курс бакалавриата

¹**Maryana V. Blokhina**, 1st-year student of a bachelor's degree /

²**Anastasia S. Borisova**, 1st-year student of a bachelor's degree

^{1,2}Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

^{1,2}Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

¹e-mail: blokhina.maryana222@mail.ru

²e-mail: bornas2017@gmail.com

Научный руководитель – Алисевич Марина Валерьевна,
преподаватель ИМЭС

СТРАТЕГИЯ БРЕНДОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ОТ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ К ТОЧКАМ КОНТАКТА С АУДИТОРИЕЙ

BRAND COMMUNICATION STRATEGY: FROM POSITIONING TO AUDIENCE TOUCHPOINTS

Обороакэ Алёна Степановна, 2 курс бакалавриата
Alena S. Oboroake, 2nd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: alenaoboroake@yandex.ru

Научный руководитель – Платонова Анастасия
Александровна, старший преподаватель ИМЭС

УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИЕЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА (КАК БРЕНД ВОССТАНАВЛИВАЕТ ДОВЕРИЕ ПОСЛЕ ПУБЛИЧНОГО СКАНДАЛА)

REPUTATION MANAGEMENT IN CRISIS CONDITIONS (HOW A BRAND RESTORES TRUST AFTER A PUBLIC SCANDAL)

Марчук Семён Алексеевич, 1 курс бакалавриата
Semyon A. Marchuk, 1st-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: streetthuggers@gmail.com

Научный руководитель – Валеева Рушания Дамировна,
преподаватель ИМЭС

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ

БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ: РЕБРЕНДИНГ, ДИАЛОГИЧЕСКАЯ КОММУНИКАЦИЯ И ИГРА С ЯЗЫКОМ

LINGUOPRAGMATIC TRANSFORMATION OF BRAND COMMUNICATION IN THE RUSSIAN MARKET: REBRANDING, DIALOGIC COMMUNICATION, AND LANGUAGE PLAY

Казаков Матвей Михайлович, 2 курс бакалавриата
Matvej M. Kazakov, 2nd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: kazakovmatvej184@gmail.com

*Научный руководитель – Лобутева Елена Сергеевна,
руководитель секции иностранных языков кафедры
гуманитарных и естественно-научных дисциплин ИМЭС*

ПЕРСОНИФИЦИРОВАННАЯ HUMAN-AI СРЕДА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОВЗ И СОХРАННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ: АЛГОРИТМЫ СОВМЕСТНОГО КОНСТРУИРОВАНИЯ КАК ПЕРЕХОД ОТ МАРКЕТИНГОВЫХ ОБЕЩАНИЙ К РЕАЛЬНОМУ СОАВТОРСТВУ

A PERSONALIZED HUMAN-AI ENVIRONMENT FOR PEOPLE WITH DISABILITIES AND INTACT INTELLIGENCE: COLLABORATIVE DESIGN ALGORITHMS AS A TRANSITION FROM MARKETING PROMISES TO REAL CO-DESIGN

Субботский Кирилл Евгеньевич, 2 курс бакалавриата

Kirill E. Subbotsky, 2nd-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: kyrillSB@yandex.ru

*Научный руководитель – Лобутева Елена Сергеевна,
руководитель секции иностранных языков кафедры
гуманитарных и естественно-научных дисциплин ИМЭС*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА: РОЛЬ PR- КОММУНИКАЦИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА МАРКИ

SOCIAL MEDIA AS A TOOL FOR INCREASING BRAND AWARENESS: THE ROLE OF PR COMMUNICATIONS IN SHAPING BRAND IMAGE

Шубин Савелий Максимович, 1 курс бакалавриата

Savely M. Shubin, 1st-year student of a bachelor's degree

Институт международных экономических связей (ИМЭС),
Москва, Россия

Institute of International Economic Relations (IMES), Moscow,
Russia

e-mail: shubin-sava04082008@mail.ru

*Научный руководитель – Чернушкина Нина Васильевна,
старший преподаватель ИМЭС*