

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ I. СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

<i>Патюкова Р.В.</i> Кафедра рекламы и связей с общественностью Кубанского государственного университета: итоги; достижения; перспективы (2024-2025 учебный год).....	7
<i>Ахметгареева О.Ф., Сардарян К.В.</i> Конструирование образа России в СМИ стран постсоветского пространства.	18
<i>Бельтюков А.А., Беседина Е.С.</i> Мифы и легенды Республики Крым как инструмент продвижения туристического региона.	25
<i>Виноградова К.В.</i> Гастрономический фестиваль Октоберфест как имиджформирующий ресурс территории.	31
<i>Демина Л.И., Погребняк С.И.</i> Инструменты продвижения имиджа компании «Группа Ренессанс Страхование».....	39
<i>Игошина К.В.</i> Сайт как инструмент продвижения интернет-журнала The Blueprint.	44
<i>Кучменко М.А., Босова М.А.</i> Особенности формирования имиджа Государственной корпорации по атомной энергии «Росатом».....	51
<i>Минская А.Н., Карелина А.В.</i> Система инструментов взаимодействия предприятия с общественностью (на примере ООО «Мысхако»).	56
<i>Недыхалов Л.А.</i> Специфика технологий продвижения fashion-бренда MATRONA.....	62
<i>Немец Г.Н.</i> Имидж музыкального альбома рок-группы в аспекте сторителлинга.....	71
<i>Немец Г.Н., Агаева С.И.К.</i> Специфика имиджа рок-групп «Перемотка» и «Плейлист Венкова».	76
<i>Николаева Ю.Е.</i> Фирменный стиль как инструмент продвижения имиджа в банковской сфере.....	87
<i>Никулин И.О.</i> Контактные достопримечательности как инструмент продвижения территории: отечественный аспект.	93
<i>Никулин И.О., Ершова В.В.</i> Особенности формирования видеоигровой индустрии в РФ.	100
<i>Носаев Д.А.</i> Территориальный брендинг как фактор повышения конкурентоспособности региона.	110
<i>Носаев Д.А., Загряжская К.А.</i> ESG-позиционирование и его влияние на имидж компании.....	114

Оломская Н.Н. Специфика применения нейросетей в политическом медиадискурсе.	117
Патюков С.В., Филатова И.С. К вопросу о корреляции понятий «территориальная идентичность» и «региональная идентичность».	123
Патюкова Р.В., Галайчук Д.Л. Нейминг заведений индустрии красоты в городах Краснодаре и Ставрополе.....	129
Платонова А.В., Сеитбилялов С.Э. Имиджевый буклет: традиционные и современные подходы на примере ООО «Рецепты Таврической губернии».	136
Скрипникова Н.Н. Семиотика и нарратив как стратегические константы формирования бренда территории.	142
Тарасенко Е.В., Сазанов В.А. Молодёжный лагерь «Дубрава» как инструмент формирования имиджа Управления по делам молодёжи города Краснодара.....	147
Шпыгарь Е.В. Православная символика как имиджформирующий компонент в деятельности РПЦ (на примере Храма Святого Духа).....	152

РАЗДЕЛ II. РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ

Бельтюков А.А. Использование искусственного интеллекта в рекламной коммуникации.	158
Веретёхин А.В., Афанасьев И.Д. Реклама и PR-инструменты в привлечении иностранных студентов в российские вузы: роль, анализ эффективности и перспективы применения.	161
Виноградова К.В., Зайцев Д.П. Социальный ролик как инструмент деятельности Министерства обороны РФ.	174
Конышева А.В. Гендерный маркетинг в рекламном бизнесе.	180
Костенкова В.В. Специфика редактирования рекламных текстов..	185
Кучменко М.А. Маркетплейс как инструмент продвижения товаров и услуг.	191
Минская А.Н. Особенности производства рекламной и PR-продукции на примере деятельности НАО «Печатный двор Кубани».	196
Мустафаев Д.Р. Маркетинговое развитие розничных продаж в эпоху онлайн потребления.....	201
Недыхалов Л.А., Шляхова Е.Е. Современные способы рекламы малого бизнеса на примере компании «ЮШЕ-Электро»	208

<i>Сомова Е.Г.</i> Роль ритма в рекламных радиосообщениях	215
<i>Хаткова И.Н., Лехлер Д.С.</i> Специфика и перспективы развития телевизионной рекламы.....	220
<i>Хлопунова О.В.</i> Творчество, рыночные механизмы, государственное регулирование в условиях современного книжного рынка.	228
<i>Шишкина Н.И.</i> Инновационные рекламные средства.....	234
<i>Шныгарь Е.В., Тарасова Т.А.</i> Маркетинговые стратегии в продвижении спорта (на примере ПБК «Локомотив-Кубань»).	243

РАЗДЕЛ III. ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ

<i>Абрамова Г.А., Томилина Ю.А.</i> Новые медиа как результат эволюции традиционных СМИ.	250
<i>Авагимян А.Г.</i> Информационно-развлекательный контент журнала «Музыкальная Новь» (1923-1924 гг.).....	255
<i>Вовк Е.В., Пехова В.М.</i> Медиаобразование: новые подходы и смыслы.	260
<i>Гук О.А., Рамазанова З.С.</i> Социальные медиа как инструмент цифрового маркетинга в продвижении гостиничного бизнеса Республики Крым.	267
<i>Демина Л.И.</i> Диалог как форма коммуникации в художественных произведениях (на примере рассказов Б.П. Екимова).	277
<i>Касьянов В.В.</i> Советский человек: возможна ли реинкарнация?	282
<i>Костенко И.В., Грицкова А.А.</i> Искусственный интеллект в книжной индустрии.	292
<i>Красюк И.С., Онищенко Д.Д.</i> Жанровое разнообразие телешоу на российском телевидении.....	300
<i>Лебединская В.Г.</i> Об основных темах и образах в поэзии Любви Берзиной.	306
<i>Лынова Е.П.</i> Образ мира «маленького человека» в произведениях Ф. М. Достоевского в парадигме расколотого сознания.	311
<i>Мальцева Р.И., Орлов В.А.</i> Журналистика в условиях нейросетевой коммуникации.....	316
<i>Мищенко С.А., Задорожная Д.А.</i> Современная кинокритика и ее влияние медиарынок: развитие и специфика жанра.	323
<i>Мищенко С.А., Шереметьева А.Г.</i> Русскоязычные СМИ Республики Армения в современном интернет-пространстве.	329

Николаева Ю.Е., Волобуева К.И. Тенденции применения искусственного интеллекта в жизнедеятельности человека.	335
Носенко Е.В. Концепция augmented creativity (усиленной креативности) в современном медиапространстве (на примере использования нейросетей).	340
Орлов В.А. Медиареальность и когнитивные императивы информационного общества: критический анализ.	348
Тарасенко Е.В. Информационное сопровождение медицинских периодических изданий дореволюционной России.	352
Тихонов В.В. Традиционные печатные СМИ в современном медиакоммуникационном пространстве: общая характеристика.	357
Хлопунова О.В., Шатыко В.Д. Структура и содержанием изданий для детей и юношества «Детская Роман-газета», «Детское чтение для сердца и разума»: анализ концепций.	363
Чанкаева Т.А. Особенности публицистического дискурса И.Хубиева.	369
Чекалов П.К. Особенности и жанровый состав абазинской литературы периода возрождения.	374
Шакалов И.И. Медиа продвижение государственной молодежной политики: региональный аспект (на примере Красноармейского района Краснодарского края).	386
Шакула Ф.Н. Термин «Карибский кризис» как фразеологизм, негативно влияющий на образ России в общественном пространстве: пиарологический аспект.	395