

Секция «Современные креативные и культурообразующие технологии: теория и практика»

Перечень участников, рекомендованных к публикации докладов в сборнике материалов конференции

№	Тема доклада
1	Стратегии в создании Tone of Voice для продвижения брендов
2	Анализ досуговых предпочтений молодежи г. Красноярска в сегменте учреждений культуры: материалы социологического исследования
3	Проблемы оценки эффективности контента в интернет-маркетинге
4	Оптимизация разработки рекламной стратегии как одна из возможностей развития регионального рынка fashion-retail
5	Вербальная и визуальная реперзентация прецедентных феноменов в научно-популярных лекциях на английском языке (Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-78-10076, https://rscf.ru/project/23-78-10076/)
6	Культура как инструмент территориального брендинга муниципальных образований
7	Развитие гастрономического сектора в креативных индустриях и формирование гастробренда г. Красноярска
8	Влияние COVID-19 на онлайн маркетинг
9	Влияние корпоративного досуга на удовлетворенность сотрудников (на примере группы компаний "Медведь Холдинг")
10	Формы отражения современных трендов в региональном искусстве (на примере работ Натальи Викторовны Покровской)
11	Анализ трехмерных моделей зданий, построенных с помощью методов 3Д моделирования, 3Д сканирования и фотометрии
12	Роль функции координации в организации региональных фестивальных практик на примере города Красноярска
13	Изучение системы эффективности социально-культурного менеджмента в сегменте театральной деятельности Красноярского края
14	Роль цифрового маркетинга в продвижении концертных продуктов на музыкальном рынке г. Красноярска (на примере КГАУК «Красноярская краевая филармония»)
15	Digital-audio Ads: особенности аудио-рекламы и ее инструментария
16	Влияние таргетированной рекламы на покупательское поведение в сегмента онлайн-школ по подготовке к ЕГЭ и ОГЭ
17	Базовые и конкурентные стратегии Красноярского музейного центра «Площадь Мира».
18	Особенности разработки стратегии для продвижения стартапа в интернет-среде
19	Смысловые коды рекламного контента на online-рынке дополнительного бизнес-образования и риски унификации рекламных сообщений
20	Анализ показателей сформированности городской культурной среды студенческой молодежи: культурное картирование Октябрьского района г. Красноярска
21	Восприятие аудиторией социальных сетей медицинских учреждений текстового контента, созданного при помощи нейросетей
22	Использование юмора в политическом сюжете: культурологический объект исследования
23	Позиционирование через самореализацию пользователей: стратегии и эффективность
24	Актуальные способы продвижения НИР и научных институтов в современном медиaprостранстве
25	Влияние социокультурных факторов на формирование спроса спортивных услуг в

	Красноярске и в Красноярском крае
26	Цифровой маркетинг в театрах г. Красноярска
27	Репертуарная политика учреждения как инструмент формирования зрительской аудитории на примере КГАУ "Красноярский музыкальный театр"
28	Книжный клуб, как способ популяризации библиотек Иркутской области
29	Интерактивные технологии в деятельности учреждений культуры как инструмент коммуникационной политики(на примере музеев г. Красноярска)
30	Цифровая трансформация музея
31	Динамика изменения форм патриотического воспитания в высшем образовательном учреждении
32	Возможности социального капитала в сфере культуры: институт волонтерства в музейном менеджменте г. Красноярска
33	Роль контроля как рычага государственного управления в регулировании деятельности библиотек на примере Красноярского края
34	Роль музейной экспозиции в формировании коммуникативной политики музея (на примере МБУК "Музей художника Б.Я. Рязова")
35	Оценка восприятия ТВ-контента молодежной аудиторией через социальные сети: востребованные форматы
36	Скальпель для памяти: кинематограф как инструмент работы с представлением о прошлом (на примере современного отечественного кино)
37	Эффективные инструменты формирования лояльности потребителей с помощью современных информационных технологий
38	Инструменты "мягкой силы" в формировании имиджа российского государства в условиях геополитической турбулентности