

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В. И. ВЕРНАДСКОГО»

ПРОГРАММА

V научно-практической конференции
профессорско-преподавательского состава,
аспирантов, студентов и молодых ученых

**«ДНИ НАУКИ КФУ
ИМ. В.И. ВЕРНАДСКОГО»**

ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ

**СЕКЦИЯ «РЕКЛАМНЫЙ И
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПРОДУКТ В
СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»**

г. Симферополь 2019 год

V научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» / Программа работы секции «Рекламный и издательский продукт в современном мире» // Симферополь, 2019

В программу работы секций включены доклады участников V научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского», отражающие достижения научных и практических изысканий в сфере естественных, гуманитарных, технических наук и информационных технологий.

ТАВРИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ

(наименование структурного подразделения)

СЕКЦИЯ «РЕКЛАМНЫЙ И ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ПРОДУКТ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»

(наименование секции)

Кафедра рекламы и издательского дела,
кафедра информационно-полиграфических технологий,

Руководитель секции – Платонова А.В., доцент, кандидат наук по социальным коммуникациям

секретарь – Шведова Л.Е., доцент, кандидат технических наук

**Работа секции: «01» ноября 2019 г., время: 11.30, корпус № 1
(г. Симферополь, пр. Вернадского 4), ауд. 131-а**

Доклады профессорско-преподавательского состава

1. Дифференциация как основная идея брендинга

Савченко Л.В., д.филол.н., заведующий кафедрой рекламы и издательского дела факультет информационно-полиграфических технологий ТА КФУ

Буркальцева Д.Д., д.э.н., профессор кафедры рекламы и издательского дела факультет информационно-полиграфических технологий ТА КФУ

Гук О.А., к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

2. Функции издательского дела

Савченко Л.В., д.филол.н., заведующий кафедрой рекламы и издательского дела факультет информационно-полиграфических технологий ТА КФУ

Буркальцева Д.Д., д.э.н., профессор кафедры рекламы и издательского дела факультет информационно-полиграфических технологий ТА КФУ

Гук О.А., к.ф.н., доцент кафедры менеджмент предпринимательской деятельности факультет географии, геоэкологии и туризма ТА КФУ

3. Перспективы 3D печати в России

Кислый С.А., доцент кафедры информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

4. Трансформация фразеологических единиц в заголовках современных газет и интернет-изданий

Харченко Е. В., ассистент кафедры рекламы и издательского дела ТА КФУ

5. Синтаксические особенности рекламных слоганов

Товкач С. С., ассистент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

Студенческие доклады

1. Проблемы территориального брендинга в Крыму

Плешакова Я. Б., обучающаяся пятого курса специалитета кафедры книжной графики и дизайна печатной продукции факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии

Шведова Л. Е., доцент кафедры информационно-полиграфических технологий факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии, кандидат технических наук

2. Лексические особенности публицистического стиля в рекламе

Платонова А. В., доцент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий, кандидат наук по социальным коммуникациям

Рыдзывыло Д. Г., обучающаяся 3 курса кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий

3. Семиотический анализ рекламного объявления в печатном издании (на примере журнала «Полуостров сокровищ»)

Тангелов П.И., обучающийся третьего курса Таврической академии кафедры рекламы и издательского дела

Шахова Е.М., доцент кафедры рекламы и издательского дела, кандидат филологических наук

4. Разработка рекламного материала для туристического агентства в социальных сетях

Вовк Е.В., канд. пед. наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Таврической академии КФУ имени В. И. Вернадского

Бендер Э.Д., обучающаяся 3 курса «Рекламы и связей с общественностью»

5. Роль рекламы в строительном бизнесе (на примере ГК «МОНОЛИТ»)

Товкач С. С., ассистент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

Шевелева Е. А., обучающаяся 3 курса кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

6. Продвижение издательской продукции в социальных сетях (на примере деятельности издательства «МИФ»)

Бойко В. В., доцент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

Коркина Д., обучающаяся 4 курса направления подготовки «Издательское дело» Таврической академии, кафедра рекламы и издательского дела

7. PR-кампании российских и крымских издательств в социальной сети «ВКОНТАКТЕ» как способ продвижения изданий

Савченко Л. В., заведующий кафедрой рекламы и издательского дела Таврической академии КФУ

Свинцовский Э. Н., обучающийся второго курса бакалавриата кафедры рекламы и издательского дела Таврической академии КФУ

8. Психологическое восприятие целевой аудиторией рекламной информации

Товкач С. С., ассистент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ
Джейранова Д. Ф., обучающаяся 3 курса кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

9. EVENT как инструмент формирования имиджа компании в сознании потребителя

Платонова А.В., кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий ТА КФУ

Фролова А.В., обучающаяся четвертого курса бакалавриата кафедры рекламы и издательского дела ТА КФУ

10. Автоматизация полиграфического процесса с помощью технологии WEB-TO-PRINT

Макаренко В.Ф., обучающаяся третьего курса кафедры информационно-полиграфических технологий факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии

Шведова Л. Е., доцент кафедры информационно-полиграфических технологий факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ, кандидат технических наук

11. Переработка мультимедийного контента в текстовое электронное издание

Шум О. Ю., доцент кафедры рекламы и издательского дела Таврической академии КФУ

Шум Т. И., обучающаяся первого курса магистратуры кафедры информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

12. Социальные сети как один из инструментов рекламной и PR-деятельности в интернете (на примере социальной сети FACEBOOK)

Товкач С. С., ассистент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

Гераськина В. А., обучающаяся 3 курса кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

13. Отличие интерактивных электронных «книг» от визуальных игровых жанров

Шум О. Ю., доцент кафедры рекламы и издательского дела Таврической академии КФУ

Смоленцева Е. С., обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ

14. Формирование медиаобраза издателя и редактора в современном кинематографе

Приймак А.А., обучающийся третьего курса бакалавриата кафедрой рекламы и издательского дела Таврической академии КФУ

Савченко Л.В., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и издательского дела Таврической академии КФУ

- 15. Продвижение бренда как инструмент обеспечения конкурентного преимущества компании на рынке**
Веретёхин А. В., старший преподаватель кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ
Янко О. А., обучающаяся 2 курса кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ
- 16. Современное состояние книгоиздательского рынка и перспективы его развития в контексте конкурентной борьбы**
Веретёхин А. В., старший преподаватель кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ
Боюрова А. А., обучающаяся 2 курса кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии КФУ
- 17. PR –деятельность туристических агентств Республики Крым (на примере «ТУР ЭТНО», «КРЫМ ТУР», «ОСТРОВ КРЫМ», «СПАРТА КРЫМ», «КАНДАГАР»)**
Савченко Л.В., доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и издательского дела, факультета информационно-полиграфических технологий
Гулакова Д.С., студентка 2 курса, кафедры рекламы и издательского дела ФИПТ ТА КФУ
- 18. Языковые средства создания комического эффекта в крымской рекламе (на примере крымских рекламных слоганов, заголовков и текстов)**
Потапова А. Д., обучающаяся 2 курса Таврической академии КФУ, кафедры рекламы и издательского дела, факультета информационно-полиграфических технологий
Айдерова Т. Э., ассистент, преподаватель кафедры рекламы и издательского дела.
- 19. Специфика рекламы детских товаров и услуг, ориентированная на конкретные аудиторные группы (на материале наружной и телевизионной рекламы Республики Крым)**
Зеленюк А. С., обучающаяся 2 курса Таврической академии КФУ, кафедры рекламы и издательского дела.
Айдерова Т. Э., ассистент кафедры рекламы и издательского дела.
- 20. Продвижение литературно-художественной серии «Сальто-мортале»**
Костенко И.В., старший преподаватель кафедры рекламы и издательского дела
Копылова М. В, обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры рекламы и издательского дела
Свинцовский Э. Н., обучающийся второго курса бакалавриата кафедры рекламы и издательского дела Таврической академии КФУ
- 21. Особенности использования и размещения наружной рекламы на современном этапе развития рекламных коммуникаций (на примере наружной рекламы в г. Симферополь)**
Колодий А.В., студентка второго курса кафедры рекламы и издательского дела ФИПТ ТА КФУ

Савченко Л.В., заведующий кафедрой рекламы и издательского дела, доктор филологических наук, профессор

22. Специфика иллюстрирования путеводителей для детей

Харченко Е.В., ассистент кафедры рекламы и издательского дела ТА КФУ

Дудник Д.В., обучающаяся второго курса бакалавриата кафедры рекламы и издательского дела ТАКФУ

23. Анализ рекламной деятельности крымского издательства «Н. ОРИАНДА»

Айдерова Т. Э., ассистент кафедры рекламы и издательского дела ТА КФУ

Ривкина Н. К., обучающаяся 2 курса кафедры рекламы и издательского дела ТА КФУ

24. Многообразие фотожанров и их использование при подготовке научно-популярного периодического издания

Зайцева Л. А., старший преподаватель кафедры рекламы и издательского дела Таврической академии

Суседенко Е., обучающаяся 2 курса направления подготовки «Издательское дело» Таврической академии, кафедра рекламы и издательского дела

25. Маркетинговая концепция современного издательства «ТАВРИЯ»

Вовк Е.В., канд. пед. наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью Таврической академии КФУ имени В. И. Вернадского

Нудненко В.Ю., обучающаяся 4 курса, направление подготовки 42.03.03 «Издательское дело»