АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРОГРАММА

II Межрегиональной студенческой научно-практической конференции

«Эмоциональный маркетинг: как реклама формирует чувства и лояльность»

20 ноября 2026 года, пятница

Москва, ул. Радио, д. 22

ПРОГРАММА ДНЯ

10:00–10:40	Регистрация участников (1 этаж, фойе)
11:00–11:30	Открытие конференции (706 аудитория)
11:30–14:00	Работа тематических секций
15:00–15:15	Подведение итогов конференции. (706 аудитория)

ПРИВЕТСТВЕННЫЕ СЛОВА

Шабанов Григорий Александрович — проректор АНО ВО «Российский новый университет», доктор педагогических наук, профессор.

Хохлова Наиля Фархатовна — директор колледжа АНО ВО «Российский новый университет».

ПОДКЛЮЧЕНИЕ К ОТКРЫТИЮ И ПОДВЕДЕНИЮ ИТОГОВ КОНФЕРЕНЦИИ

https://teams.microsoft.com/meet/381116208690201?p=85manCYldnaqhen6f0

ТЕМАТИЧЕСКИЕ СЕКЦИИ

1. Психология эмоций в рекламе: как пробуждать чувства (14 докладов)

2. Инструменты и креативные приёмы эмоционального маркетинга (14 докладов)

3. Измеряем невидимое: аналитика эмоций и преданности бренду (12 докладов)

СЕКЦИЯ № 1

«Психология эмоций в рекламе: как пробуждать чувства»

11:30–14:00 | Аудитория 529,

ОНЛАЙН ПОДКЛЮЧЕНИЕ

https://aioaqw6i.ktalk.ru/h8iep4hai555

Модератор: Ткачук Ольга Владимировна.

Председатель жюри: Денисюк Анастасия Игоревна, ведущий бренд-менеджер компании «Актион».

Члены жюри: Хохлов Андрей Владимирович, преподаватель профессиональных дисциплин колледжа РосНОУ; Магомедова Патимат Исламовна, преподаватель профессиональных дисциплин колледжа РосНОУ.

Онлайн-подключение: https://teams.microsoft.com/meet/381116208690201?p=85manCYldnaqhen6f0

ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ

1. «Архетипы и эмоциональные коды: как бренды говорят на языке бессознательного»
Быстрова Анастасия Сергеевна · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

2. «Базовые эмоции и их роль в рекламных сообщениях: от радости до страха»
Дмитриева Диана Башламовна, Бурханова Виктория Темуровна, Кузичкина Екатерина Максимовна · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

3. «Разработка бренда ресторана средствами эмоционального маркетинга»
Танакина Милана Евгеньевна, Степанова Яна Александровна, Скворцова Светлана Андреевна · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

4. «Ощущение знакомости и психологическая привязанность: как когнитивные искажения формируют эмоциональный выбор»
Гнездилова Дарья Витальевна, Тарнавская Елизавета Дмитриевна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Баруздин Анатолий Анатольевич

5. «Базовые эмоции и их роль в рекламных сообщениях: от радости до страха»
Финашкина Анастасия Сергеевна · ОЧНО
Сургутский институт экономики управления и права (АНПОО СИЭУИП) • Научный руководитель: Ворик Алена Владимировна

6. «Ambient-маркетинг как инструмент продвижения малого бизнеса и формирования эмоциональной связи с потребителями»
Шулипа Амелия Игоревна · ОЧНО
Сургутский институт экономики управления и права (АНПОО СИЭУИП) • Научный руководитель: Удовиченко Максим Витальевич

7. «Эмоции, которые возвращают»
Колотюк Глеб Игоревич, Федотов Максим Сергеевич · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

8. «Разработка бренда аутентичного кафе»
Фомичёва Виктория Алексеевна · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

9. «Продвижение ресторана методами эмоционального маркетинга»
Неведомская Полина Сергеевна · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

10. «Иррациональный потребитель: как нейропсихология объясняет покупки, которые мы не планировали»
Курносова Диана Игоревна · ОЧНО
АБИТ-РосНОУ • Научный руководитель: Парсаданян Наре Геворговна

11. «Реклама без слов: влияние цвета, звуковых эффектов и визуального ритма на эмоциональное восприятие бренда»
Кутилина Полина Артёмовна, Миронова Полина Антоновна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Бондар Кристина Владимировна

12. «Видео контент в эмоциональном маркетинге компании “Техномаркет НПП”»
Шеян Артём Александрович, Малков Олег Алексеевич · ОЧНО
КИПФИН • Научный руководитель: Дёмкина Надежда Ибрагимовна, Башелханов Игорь Викторович

13. «Учёт “эмоционального маркетинга” в обеспечение безопасности»
Жиганшин Марат Рушанович · ОЧНО
КИПФИН • Научный руководитель: Дёмкина Надежда Ибрагимовна, Роскошная Ольга Владимировна

СЕКЦИЯ № 2

«Инструменты и креативные приёмы эмоционального маркетинга»

11:30–14:00 | Аудитория 706

Модератор: Бондар Кристина Владимировна.

Председатель жюри: Завьялова Владислава Артёмовна, маркетолог группы компаний «Вкус Жизни», ресторан Sabor de la vida.

Члены жюри: Бондар Кристина Владимировна, преподаватель профессиональных дисциплин колледжа РосНОУ; Парсаданян Наре Геворговна, руководитель отдела рекламы и маркетинга Академии бизнеса и инновационных технологий.

ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ

1. «Юмор, ностальгия, драма: как выбирать эмоциональный тон под целевую аудиторию».»
Бараблина София Дмитриевна · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

2. «Эмпатия в коммуникации: как реклама “понимает” аудиторию».»
Безногова Ульяна Сергеевна, Буцыкина Ксения Евгеньевна, Галямова Маргарита Руслановна, Снежко Артём Олегович · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

3. «Сенсорный маркетинг: как задействовать зрение, слух и другие чувства в рекламе».»
Кукиева Алёна Игоревна · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

4. «Визуальные и звуковые коды бренда: создание узнаваемого эмоционального образа»
Руденко Феодель Сергеевна · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

5. «Эмоциональный капитал бренда: как измерять и наращивать преданность»
Георгиева Мира Робертовна · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

6. «Кризисы и репутация: как сохранить эмоциональную связь с аудиторией разбор антикризисных коммуникаций где эмоциональный тон важнее фактов: метрики восстановления доверия»
Шарипова Арина Рафиковна · ОНЛАЙН
ГБПОУ АО «Астраханский Губернский Техникум» • Научный руководитель: Чунаева Любовь Евгеньевна

7. «Запах, вкус, текстура: нейромаркетинг вне экрана»
Фаткова Полина Евгеньевна, Ряжских Ксения Сергеевна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Баруздин Анатолий Анатольевич

8. «Сенсорный маркетинг: как задействовать зрение, слух и другие чувства в рекламе»
Мезенцева Арина Юрьевна · ОЧНО
Сургутский институт экономики управления и права (АНПОО СИЭУИП) • Научный руководитель: Бородатая Дарья Олеговна

9. «Сторителлинг как главный инструмент эмоционального вовлечения: кейсы и шаблоны»
Бриштен Юлия Анатольевна, Сметанин Артём Денисович · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Ткачук Ольга Владимировна

10. «Цифровое "одушевление": как исследование эмоций привело к рождению бренд-персонажа»
Савадерова Александрина Николаевна · ОНЛАЙН
АНО по «Колледж Предпринимательских и Цифровых Технологий» • Научный руководитель: Шипринская Татьяна Владимировна

11. «Разработка бренда кафе "По пути к сердцу"»
Прудникова Полина Сергеевна, Карчиго Арина Николаевна · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

12. «Разработка бренда кафе с использованием средств эмоционального маркетинга»
Лазутина Маргарита Станиславовна · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

13. «Разработка бренда джаз-бара»
Королёва Алёна Александровна · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

14. «Разработка бренда ресторана Verde»
Тычинина Полина Алексеевна · ОЧНО
АНО Колледж экономики, страхового дела и информационных технологий • Научный руководитель: Вологина Ольга Вячеславовна

СЕКЦИЯ № 3

«Измеряем невидимое: аналитика эмоций и преданности бренду»

11:30–14:00 | Малахитовый зал (7-й этаж)

Модератор: Баруздин Анатолий Анатольевич.

Председатель жюри: Кузнецов Сергей Викторович, генеральный директор ООО «Русский нумизматический дом».

Члены жюри: Хохлова Наиля Фархатовна, директор колледжа РосНОУ; Вологина Ольга Вячеславовна, старший преподаватель кафедры рекламы и связи с общественностью РосНОУ.

ДОКЛАДЫ УЧАСТНИКОВ

1. «Почему мы запоминаем одни бренды и забываем другие: роль эмоций и креативных приёмов в маркетинге»
Руднева Дарья Максимовна, Никитина Алина Сергеевна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Баруздин Анатолий Анатольевич

2. «Поколение Z и эмоциональный маркетинг: Как реклама говорит с теми, кто вырос в цифровой среде»
Петросян Алиса Михайловна, Зинкина Анастасия Сергеевна, Вторникова Виктория Константиновна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Баруздин Анатолий Анатольевич

3. «ИИ реклама от восторга до испуга: эмоциональное восприятие разных поколений»
Иванович Валерия Сергеевна, Савчук Алёна Алексеевна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Ткачук Ольга Владимировна

4. «Цветовая палитра как эмоциональный триггер в рекламе»
Маркова Елизавета Михайловна, Корнева Алиса Дмитриевна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Баруздин Анатолий Анатольевич

5. «Эффект FOMO в лимитированных коллекциях: психологический портрет и триггеры покупки у подростков»
Васильева Дарья Дмитриевна, Брандт Эвелина Антоновна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Баруздин Анатолий Анатольевич

6. «Почему мы привязываемся к брендам: роль маленьких эмоциональных деталей в рекламе»
Пугасов Ярослав Степанович, Панкратова Алина Александровна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Баруздин Анатолий Анатольевич

7. «АСМР- маркетинг и звуковой дизайн бренда: как аудиальные триггеры управляют покупками на уровне рефлексов»
Костенко Мирра Романовна, Жигарева Евангелина Михайловна · ОЧНО
АБИТ-РосНОУ • Научный руководитель: Парсаданян Наре Геворговна

8. «Эмоциональный капитал бренда: как измерять и наращивать преданность»
Шахвердян Лейли Оганнесовна · ОЧНО
АБИТ-РосНОУ • Научный руководитель: Парсаданян Наре Геворговна

9. «Нейроэстетика рекламы: роль золотого сечения в управлении вниманием потребителем»
Савина Софья Андреевна, Баранова Дарья Андреевна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Магомедова Патимат Исламовна

10. «Как типы юмора влияют на эмоциональный тон разных поколений»
Есликова Дарья Владимировна, Салихова Полина Владиславовна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Бондар Кристина Владимировна

11. «Эмоциональный маркетинг для поколения Z»
Копосова Анна Игоревна, Заятдинова Зарина Руслановна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Бондар Кристина Владимировна

12. «Применение элементов геймификации в маркетинге»
Задорожная Анастасия Андреевна · ОЧНО
РосНОУ • Научный руководитель: Бондар Кристина Владимировна