

Содержание

<i>Захаров Н. Л. (Санкт-Петербург)</i> Мотивация российского чиновника (национальные особенности).....	3
<i>Чечулин А. В. (Санкт-Петербург)</i> Стратегии формирования корпоративной прозрачности.....	12
Коммуникационные проблемы продвижения территории	
<i>Веретнов А. И. (Екатеринбург)</i> Продвижение бренда территории.....	15
<i>Козуб С. П. (Томск)</i> Проблема коммуникаций заинтересованных сторон территориального брендинга.....	16
<i>Лазарев М. П. (Москва)</i> Проблемное поле методики создания устойчивого бренда территории	19
<i>Липнягова Е. (Нижний Тагил)</i> Спортивные мероприятия как способ формирования имиджа города Нижний Тагил.....	24
<i>Новикова О. (Екатеринбург)</i> Центр Илизарова как драйвер продвижения города Кургана.....	25
<i>Рукавишников А. (Нижний Тагил)</i> Имидж города.....	28
<i>Шевченко Т. (Екатеринбург)</i> Влияние глобализационных процессов на брендинг территории.....	30

**Бизнес и деловая коммуникация:
стратегии, модели, технологии**

<i>Ахметзянова О. (Екатеринбург)</i> Интегрированные маркетинговые коммуникации в малом бизнесе (на примере кафе «Рататуй»).....	33
<i>Богатырёв А. И. (Екатеринбург)</i> Методика использования зарубежного учебника.....	36
<i>Богатырёв А., Канюга М. (Екатеринбург)</i> Коммуникационный аудит как инструмент мониторинга коммуникативной политики организации.....	38
<i>Богданова А. (Екатеринбург)</i> PR-стратегия продвижения кафе для молодых мам и беременных женщин.....	41
<i>Брусник А. (Екатеринбург)</i> Особенности интернет-коммуникаций в ресторанном бизнесе (на примере заведений Екатеринбурга).....	44
<i>Емельянова Ю. (Екатеринбург)</i> Корпоративная культура как важный PR-метод управления организацией (на примере ООО «М.видео» и ЗАО «Стокманн»).....	48
<i>Коновалова К. (Екатеринбург)</i> Специфика позиционирования салона красоты VIP-класса для детей в условиях конкуренции в Екатеринбурге.....	51
<i>Крючкова И. (Екатеринбург)</i> Социальная ответственность бизнеса.....	54
<i>Ларионова Е. (Екатеринбург)</i> Продвижение ледового шоу «The Russian Ice Stars» на международный рынок.....	56
<i>Лебедева Д. (Екатеринбург)</i> Особенности PR в малом бизнесе.....	60

<i>Макишаква А. (Екатеринбург)</i> Специфика управленческого инструментария по формированию имиджа и репутации медиа-компани.....	61
<i>Маркова А. (Екатеринбург)</i> Управление репутацией общественной организации (на примере благотворительного фонда «Зоозащита»).....	65
<i>Пасынкова М. (Екатеринбург)</i> Оценка уровня развития профессиональных компетенций сотрудников (на примере ОАО «ТНК-ВР»).....	67
<i>Пинегин Р. (Екатеринбург)</i> Феномен общественного признания в системе социогенеза.....	70
<i>Плотникова У. (Екатеринбург)</i> Клубная культура как инструмент маркетинга.....	71
<i>Рыбалко А. (Красноярск)</i> «Дерево» рекламы города Красноярска и перспективы его развития.....	73
<i>Султанова И. (Екатеринбург)</i> Особенности формирования корпоративной культуры в рекламном агентстве.....	78
<i>Шангина Е. (Екатеринбург)</i> Определение целевой аудитории бизнеса при продвижении в Интернет.....	82
<i>Шляпкина Д. (Екатеринбург)</i> Специфика продвижения ресторана класса «люкс» (на примере итальянского ресторана «Dolce Vita»).....	84
<i>Шмырёва П. (Екатеринбург)</i> Использование в коммерческой рекламе образа природы как элемент социальной ответственности	87

Массовая коммуникация: проблемы политики и технологий

<i>Балаева Д. (Екатеринбург)</i> Формирование тематического сообщества на основе блога как новый тип отношений бренда и аудитории в сети Интернет	91
<i>Гапонова К. (Екатеринбург)</i> Применение технологии «soft power» в политике России.....	94
<i>Давыдова Л. (Екатеринбург)</i> Информационная открытость муниципальной власти (на примере городского округа Рефтинский).....	96
<i>Кунакова Л. (Екатеринбург)</i> Противостояние кланов М. Юревича и Ф. Вяткина как пример информационной войны.....	99
<i>Новикова О., Павлович О. (Екатеринбург)</i> Включённое наблюдение: социологический метод в журналистской практике.....	103
<i>Радостева Ю. (Екатеринбург)</i> Демографический бум или вымирание нации?.....	106
<i>Хмельёва К. (Екатеринбург)</i> Информационное общество в России: миф или реальность?.....	109
<i>Хнычкина Д. (Нижний Тагил)</i> Имидж телеведущего.....	113
<i>Чепчугова У. (Екатеринбург)</i> Гендерные аспекты восприятия рекламы в Интернете.....	116
<i>Чудинова А. (Екатеринбург)</i> Взаимодействие семейной тематики в рекламе и демографической ситуации в России: опыт одного исследования.....	118

Дискурсивные практики PR, рекламы, СМИ

- Арбузова Е. (Екатеринбург)*
Речевые средства создания образа специалиста
по связям с общественностью и рекламе..... 122
- Бабинцева А., Федотовских Т. (Екатеринбург)*
Роль гуманизации текстов в продвижении сайтов..... 126
- Бабич Ю. (Екатеринбург)*
Содержательно-языковые особенности
корпоративных сайтов салонов красоты..... 130
- Евдокимова Е. (Екатеринбург)*
Интертекстуальность в рекламе: лингвокогнитивный аспект..... 133
- Заец Ю. (Екатеринбург)*
Речевые приемы убеждения в рекламе детского питания..... 137
- Калашиникова Я. (Екатеринбург)*
Креативный аспект в разработке меню
студенческого интернет-портала..... 140
- Калашиникова Я., Федотовских Т. (Екатеринбург)*
Концепция создания студенческой интернет-газеты..... 142
- Кутенёва Т., Некрасова М. (Екатеринбург)*
Образ успешного бизнесмена
в рекламно-информационном издании «Бизнес и жизнь»..... 146
- Кутенёва Т., Чебыкина О. (Екатеринбург)*
PR– и журналистские коммуникации:
взаимодействие ключевых смыслов..... 149
- Рожин А. (Екатеринбург)*
Средства и приёмы визуальной выразительности
в раскрытии ключевых смыслов рекламного текста..... 152
- Синюгина Т. (Екатеринбург)*
Ключевые смыслы в имиджевых текстах как инструмент
речевого позиционирования PR-субъекта в сфере бизнеса..... 156