**Стратегические коммуникации**

**и коммуникационные технологии в бизнесе**

*23 и 24 ноября в стенах Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ в рамках IV Международной научной конференции «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике» состоялась панельная дискуссия «Стратегические коммуникации и коммуникационные технологии в бизнесе».*

Дискуссию открыл **Дмитрий Петрович Гавра**, доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой связей с общественностью в бизнесе СПбГУ. В заседании секции участвовали как представители академического сообщества, так и практикующие специалисты, что позволило рассмотреть проблемы стратегических коммуникаций с разных ракурсов.

Первой с докладом выступила **А. Г. Голова**, кандидат социологических наук, доцент, заместитель по НИР заведующего кафедрой маркетинга и рекламы РГГУ, член рабочей группы по разработке профессионального стандарта «специалист по рекламе» (АКАР). Именно стандарту в области коммуникации и был посвящен доклад, А. Г. Голова рассказала о существующих проблемах профессиональной стандартизации и ее связи с образованием.

Дискуссию продолжил **А. М. Новиков**, кандидат политических наук, PR- консультант, осветив коммуникационное сопровождение крупных государственных заказов в сфере строительства и реконструкции. На примере строящегося стадиона «Зенит-Арена» и уже законченного проекта – реконструкции здания главного штаба, А. М. Новиков показал необходимость поддержания благоприятного коммуникационного фона проекта для всех участников: пользователю такой фон даст, например, успешный старт проекта, генподрядчику – финансирование и дальнейшие заказы, а заказчику – одобрение руководства и уменьшение интереса проверяющих органов.

**И. А. Чуйкова**, креативный директор маркетингового агентства STEM, рассказала о построении эмоциональной коммуникационной стратегии на основе психографических типов потребителей. И. А. Чуйкова выделила девять типов потребителей, рассказала об их основных ценностях и обозначила, какие маркетинговые стратегии подходят тем или иным типам личности.

**И. И. Макаров**, пресс-секретарь ВТБ 24 по СЗФО, начал свое выступление с построения коммуникаций в банковской сфере во время информационных войн, затем рассказал о возрастающем влиянии потребителей на деятельность компаний посредством СМИ, социальных сетей и блогов. В заключение И. И. Макаров отметил важность соблюдения этических стандартов в бизнес коммуникациях.

Тему этики в бизнесе продолжила **Э. Б. Миннуллина**, доктор философских наук, заведующая кафедрой философии и медиакоммуникаций КГЭУ. В своем докладе Э. Б. Миннуллина отметила, что несмотря на то, что существуют стандарты социальной ответственности бизнеса, стандарт – это все-таки рекомендация, а не предписание. И как социальная ответственность, так и этика ведения бизнеса остается на усмотрение и является решением субъекта коммуникации.

**Ю. В. Таранова**, кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры связей с общественностью в бизнесе СПбГУ представила доклад на тему геймификации в бизнес-коммуникации, в соавторстве с **Е. В. Быковой**, доктором филологических наук, доцентом кафедры связей с общественностью в бизнесе СПбГУ. Игра была рассмотрена как возможность адаптации к условиям повседневной реальности. Геймификация рассматривалась как следствие виртуализации электронного медийного пространства в цифровую эпоху в условиях глобализации. В докладе были описаны феномен геймификации, механизмы вовлечения в коммуникацию в виртуальной и реальной среде, были проанализированы кейсы применения технологий геймификации в коммуникации бизнеса и аудитории.

Первый день панельной дискуссии закрыла коллега из Белоруссии, **А. А. Кузьменкова**, старший преподаватель Белорусского государственного университета. Докладчик представила исследование состояния рынка корпоративных медиа в Белоруссии.

**Второй день панельной дискуссии** был открыт **Д. П. Гаврой**, доктором социологических наук, профессором, заведующим кафедрой связей с общественностью в бизнесе СПбГУ и **Д. А. Прокофьевым**, вице-президентом Торгово-Промышленной палаты Ленинградской области.

**Д. А. Прокофьев** представил доклад на тему «Коммуникационный рынок России в сжимающейся рентной экономике». Д. А. Прокофьев начал свой доклад с объяснения, почему свобода СМИ не зависит от степени авторитарности власти на примере Уганды, а затем продемонстрировал участникам дискуссии зависимость уровня свободы СМИ от цен на нефть, отметив, что наличие ресурсов делают государство менее чувствительным к изменению информационного фона.

Затем **Ю. Б. Грязнова**, кандидат философских наук, исполнительный директор РАСО, представила результаты исследования различий между поколениями, в том числе в области коммуникационных предпочтений. Результаты исследования показали, что различия между поколениями заключаются не в выборе разных каналов получения информации, а в составлении поколением Z собственной повестки дня. Ю. Б. Грязнова рассказала о жизненных ценностях представителей поколения Z, о том, где они предпочли бы работать, что они читают, чего боятся и как находят общий язык со старшим поколением. Доклад вызвал оживленную дискуссию.

**И. Г. Чередов**, кандидат политических наук, доцент кафедры маркетинга и социальных коммуникаций СПбУТУиЭ, представил доклад на тему «Анализ целевой аудитории в интернете: алгоритмы и инструменты». И. Г. Чередов показал, какие возможности открывают различные интернет-сервисы и как на основании полученной из них информации можно составить портрет потребителя. С презентацией И. Чередова можно ознакомиться по ссылке: <https://www.slideshare.net/mobile/cheredov/ss-69492070>

Дальнейшая дискуссия строилась вокруг построения коммуникаций в определенных сферах, специфике и особенностях которые накладывает сфера на продвижение товаров и услуг. **Ж. В. Пименова**, кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой связей с общественностью МГТУ ГА рассказала о коммуникациях в сфере продвижения танцевальных и фитнес-студий, а **Ю. Н. Селявина**, аспирант СПбГУ, о специфике продвижения фармацевтических препаратов на российском рынке.

Секретарь секции: Ю. Н. Селявина

Ученый секретарь конференции: Ю.В. Таранова