

STATE UNIVERSITY
OF TRADE AND ECONOMICS



ДЕРЖАВНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

ПРОГРАМА PROGRAM

VII Міжнародна науково-практична конференція
«Журналістика та реклама: вектори взаємодії»

VII International Scientific and Practical Conference
«Journalism and advertising: vectors of interaction»

КИЇВ - 2025

**Ministry of Education and Science of Ukraine
State University of Trade and Economics, Ukraine
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Ukraine
Kharkiv National University of Radioelectronics, Ukraine
Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Ukraine
Bielsko Biala University of Applied Sciences, Poland
Academy of the Hebrew Language, Israel
Research Culture Society, Scientific Research Association, India
Paris School of Business, France
Leaders Club, Morocco**

ГРАФІК ТА РЕГЛАМЕНТ

- Відкриття конференції та вітання організаторів – 25 березня 2025 р. з 11:00 до 11:10 (онлайн-формат).
- Пленарне засідання – 25 березня 2025 р. з 11:10 до 15:10 (онлайн-формат). Доповідь – до 15 хв, виступ під час обговорення – до 5 хв.

Конференція на платформі ZOOM [за посиланням](#)

- Ідентифікатор: 858 023 3061
 - Код доступу: 818611

МОДЕРАТОРИ

- **Діана ФАЙВИШЕНКО**, завідувач кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, доктор економічних наук, професор, Україна.
- **Яніна ЛІСУН**, кандидат економічних наук доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, Україна.
- **Катерина ФЕДОРИШИНА**, доктор філософії за спеціальністю "Політологія", доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, Україна.
- **Євген ШКУРОВ**, кандидат філологічних наук доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, Україна.

Відкриття конференції та вітання організаторів
Opening and Welcome
25 березня 2025 • ONLINE • 11:00-11:10 за Києвом

На платформі ZOOM [за посиланням](#)

МАЗАРАКІ Анатолій

ректор Державного торговельно-економічного університету, доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, Україна

ПРИТУЛЬСЬКА Наталія

перший проректор з науково-педагогічної роботи Державного торговельно-економічного університету, доктор технічних наук, професор, Україна

ГЕРАСИМЕНКО Анжеліка

проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків Державного торговельно-економічного університету, доктор економічних наук, професор, Україна

ОСИКА Віктор

декан факультету торгівлі та маркетингу Державного торговельно-економічного університету, доктор технічних наук, професор, Україна

ФАЙВІШЕНКО Діана

завідувач кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, доктор економічних наук, професор, Україна

ФЕДОРИШИНА Катерина

доктор філософії за спеціальністю "Політологія", доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, Україна.

ШКУРОВ Євген

доцент кафедри журналістики та реклами Державного торговельно-економічного університету, кандидат філологічних наук, Україна

ISAZADE Namig

Professor, Deputy Director,
Energy Economy Research Center of Azerbaijan,
The International Research Education & Training Center (IRETC MTÜ), Estonia

Dr SAPIŃSKI Aleksander

PHd, Former specialist, Polskapresse media company,
Bielsko Biala University of Applied Sciences, Poland

ASLANOV Cyril

Doctor of Linguistic Sciences, Professor,
Academician of the Academy of the Hebrew Language, Jerusalem, Israel,
Professor at Aix-Marseille Université / Institut Universitaire de France, France

Пленарне засідання
Plenary Session

25 лютого 2025 • ONLINE • 11:10-15:10 за Києвом

На платформі ZOOM [за посиланням](#)

The Crisis of Trust in Media and Advertising: How to Rebuild Credibility in the Age of Fake News and Disinformation?

Dr SAPIŃSKI Aleksander

PHd, Rector's Plenipotentiary, Former specialist, Polskapresse media company,
Bielsko Biala University of Applied Sciences, Poland

III у соціальних комунікаціях: правові орієнтири

АНДРІЄНКО Олена

заступник директора з правових питань Publicis Groupe Ukraine;
членкиня Громадської ради при Національній раді з питань телебачення і радіомовлення України;
членкиня Експертного комітету з питань розвитку сфери III в Україні при Міністерстві цифрової трансформації,
Креативна агенція Publicis Groupe Ukraine, Україна

Цінності і сенси в комунікації

РОДІОНОВА Євгенія,

менторка, фахівчиня з маркетингу,
засновниця агенції діджитал маркетингу Content.UA та курсу про бізнес і енергію,

Брендована журналістика: новий тренд чи реальна необхідність?

ПЕРЕВОЗОВА Ірина,

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

ДАЛЯК Надія,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри підприємництва та маркетингу,

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

МОСПАНЮК Оксана,

виконавча директорка ГО «ІФ медіа»,

керівниця комерційного відділу,

Комерційна телекомпанія «Канал-402», Україна

PR особистих брендів підприємців і бізнесів

ТОКАРЕВА Катерина

піарниця, засновниця та CEO,

«Агенти Бренду», Україна.

Вплив енциклопедії «Вікіпедія» на формування критичного мислення

ЛАСТОВЕЦЬ Наталія,

членкиня правління ГО «Вікімедіа Україна»,

кандидат історичних наук,

старший викладач кафедри українознавства,

Харківський національний університет радіоелектроніки, Україна

Цифрова реклама в медіапросторі ФАЙВІШЕНКО Діана доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна
Медіа стартапи: як монетизувати контент у 2025 році ЯКОВЕНКО Валерія, директорка з маркетингу, Соцмережа креативних індустрій CASES, Україна
Climate Change Trends at the Mass Media GUESMI Khaled Director, Center of Research for Energy and Climate Change (CRECC), Paris School of Business, France
Advertising and Mass Media Communications KARROUK Younes Dr. Associate professor Marketing and Law, Presented Leaders Club, Morocco
Соціальний проєкт «Брава» ЧЕПУР Ігор, Працівник кіберполіції м. Києва, Україна
ШІ як інструмент фактчекінгу та протидії дезінформації ЯЦЮК Дмитро кандидат економічних наук, доцент доцент кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна
Завдання з фактчекінгу у розвитку медіаграмотності здобувачів вищої освіти КОВІНЬКО Марина кандидат філологічних наук, доцент доцент кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна
Управління новинами: між журналістикою та піаром ІВАНОВА Олена, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи ОНУ імені І. І. Мечникова, Україна
Російсько-українська війна в медіалогічних студіях ДОБРОДУМ Ольга доктор філософських наук, професор, професор кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна
Тема війни в українських медіа: гендерний аспект БАЛАЛАЄВА Олена кандидат педагогічних наук, доцент кафедри філософії та міжнародної комунікації, Національний університет біоресурсів і природокористування, України

Нові платформи і мови PR доби глобалізованої соціальної міфології ШЕСТАКОВА Елеонора доктор філологічних наук з журналістики і теорії літератури, Україна
Вплив війни на студентську молодь: соціологічний аналіз змін у житті студентів НУБіП України БАКУЛИК Ірина кандидат філологічних наук, доцент Національний університет біоресурсів і природокористування, України.
Нейрофізіологічні аспекти маркетингових комунікацій СВГЕН Шкуров кандидат філологічних наук, доцент доцент кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна СИПЛИВИЙ Анатолій кандидат медичних наук, доцент кафедри психології, доцент, Державний торговельно-економічний університет, Україна
ШІ як інструмент фактчекінгу та протидії дезінформації ЯКУШЕВСЬКА Оксана доцент кафедри маркетингу та реклами, Вінницький торговельно-економічний інститут, Україна ПЕТРОВА Ірина старший викладач кафедри маркетингу та реклами, Вінницький торговельно-економічний інститут, Україна
Вплив цифрових медіа на формування медіареальності: механізми, динаміка та соціальні наслідки КИЯНИЦЯ Іван аспірант кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна КИЯНИЦЯ Євгенія кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна
Роль відеореклами у просуванні бренду: важливість візуальної та аудіальної складової ШЕПЕЛЬ Софія здобувачка вищої освіти, спеціальність «Журналістика», Державний торговельно-економічний університет, Україна ГОЛІК Оксана кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна
Штучний інтелект як інструмент відбудови: міждисциплінарний погляд архітекторів, будівельників та журналістів ГЕТУН Сергій, аспірант кафедри будівельної механіки Київський національний університет будівництва та архітектури, Україна КАЙГОРОДЦЕВ Юрій, аспірант кафедри Київський національний університет будівництва та архітектури, Україна

Глобальні виклики у формуванні громадської думки МАЦКОВСЬКИЙ Василь аспірант кафедри філософії, Київський національний університет будівництва та архітектури, Україна
Вплив сучасних медіа на інститут сім'ї в Україні: етичні аспекти та стратегічні перспективи КЛИМЕНКО Андрій аспірант кафедри соціальної філософії, філософії освіти та освітньої політики, Український державний університет імені Михайла Драгоманова, Україна
Закриття «Голосу Америки» – обмеження доступу до незалежних новин ГАНДЗЮК Віталій доцент кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю, Вінницький державний педагогічний університет імені М. Коцюбинського, Україна
Соціальні мережі у розповсюдженні новин СОРОВЕЦЬКА Вікторія здобувачка вищої освіти, спеціальність «Журналістика» Національний університет «Львівська політехніка», Україна
Реклама в Україні: шлях змін ГОЛІК Катерина здобувачка вищої освіти, спеціальність «Журналістика», Державний торговельно-економічний університет, Україна ДОБРОДУМ Ольга доктор філософських наук, професор, професор кафедри журналістики та реклами, Державний торговельно-економічний університет, Україна
Розробка комунікацій бренду в цифровому середовищі (на матеріалі Netflix) ЯКИМЕНКО Валерія, здобувачка вищої освіти, спеціальність «Маркетинг» Державний торговельно-економічний університет, Україна Науковий керівник Шкуров Є. В., канд. філол. наук, доц. кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
Блогінг: реалії сьогодення КОНОВАЛОВА Аліна, здобувачка вищої освіти, спеціальність «Маркетинг» Державний торговельно-економічний університет, Україна Науковий керівник Файвішенко Д.С., д-р. екон. наук, проф, завідувач кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
Управління репутацією підприємств енергетичної галузі БРЮХНО Оксана, здобувачка вищої освіти, спеціальність «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії» Українського державного університету імені Михайла Драгоманова, Україна Науковий керівник Шкуров Є. В., канд. філол. наук, доц. кафедри журналістики та реклами ДТЕУ

Вплив штучного інтелекту на рекламні технології в журналістиці ШАРАЄВСЬКА Софія здобувачка вищої освіти, спеціальність «Маркетинг» Державний торговельно-економічний університет, Україна
Кейси успішної співпраці журналістів та рекламодавців ЛЮБАРСЬКА Дарія, здобувачка вищої освіти, спеціальність «Маркетинг» Державний торговельно-економічний університет, Україна
Cyber Jihad: challenges to global security ZHUSSUPOV Sanzhar Master's student at the Department of Religious Studies Eurasian National University named after L.N. Gumilev, Astana, Kazakhstan
Співпраця медіа та бізнесу: виклики незалежності в умовах ринкових реалій ФІГУРА Валерія, здобувачка вищої освіти, спеціальність «Журналістика» Державний торговельно-економічний університет, Україна Науковий керівник Бучацька І.О., канд. екон. наук, доц. кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
Реклама в TikTok та Instagram: як створювати вірусний контент для бізнесу РЯБЕЦЬ Олена, здобувачка вищої освіти, спеціальність «Маркетинг» Державний торговельно-економічний університет, Україна Науковий керівник Шкуров Є. В., канд. філол. наук, доц. кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
Емоційні тригери в рекламі як інструмент маніпуляції та переконання БУЧАЦЬКА Кіра, здобувачка вищої освіти, спеціальність «Маркетинг» Державний торговельно-економічний університет, Україна Науковий керівник Шкуров Є. В., канд. філол. наук, доц. кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
Засади розробки рекламної кампанії ОЛЬШЕВСЬКА Оксана здобувачка вищої освіти, спеціальність «Журналістика» Державний торговельно-економічний університет, Україна Науковий керівник Шкуров Є. В., канд. філол. наук, доц. кафедри журналістики та реклами ДТЕУ
Маніпуляції в медіа під час широкомасштабної війни КАРПЕНКО Владислав здобувач вищої освіти, спеціальність «Міжнародний менеджмент» Державний торговельно-економічний університет, Україна Науковий керівник Ковінько М.В., канд. філол. наук, доц. кафедри журналістики та реклами ДТЕУ

У програмі можливі зміни