

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет
Факультет міжнародних відносин



ПРОГРАМА

**XXIV Міжнародної науково-практичної конференції
здобувачів вищої освіти і молодих учених
«ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки»**

напряом
СУЧАСНІ МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

(2-5 квітня 2024 року)

Київ 2024

Медіакомунікації у цифровому вимірі

- Голова: Васильченко В.М., к.філол.н., доц.,
завідувач кафедри журналістики
- Співголова: Іващук А.А., к.соц.ком., доц., завідувач
кафедри реклами та зв'язків із
громадськістю
- Секретар: Кевлюк І.В., старший викладач кафедри
журналістики

04.04.2024, 10:00.

Посилання на Google Meet: <https://meet.google.com/zrx-nuks-rqg>

1. Абашина А., НАУ, Київ

КРЕАТИВНИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ СОЦМЕРЕЖ В ОСВІТНІЙ СФЕРІ

2. Антонюк С., НАУ, Київ

СПЕЦИФІКА УКРАЇНСЬКОЇ МУЗИЧНОЇ КРИТИКИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

3. Бала Д., НАУ, Київ

ОСОБЛИВІСТЬ СТВОРЕННЯ ВІДЕО ТА ФОТО КОНТЕНТУ ДЛЯ КОРПОРАТИВНОЇ СТОРІНКИ У ФЕЙСБУЦІ

4. Беззубець К., НАУ, Київ

ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАВА ЛЮДИНИ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

5. Богорад А., НАУ, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО РЕГІОНАЛЬНІ КУЛЬТУРНІ ЗАХОДИ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ «ІНСТАГРАМ»

6. Бурко І., НАУ, Київ

АВТОРСЬКЕ ПРАВО В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ

7. Василенко В., НАУ, Київ

РОЗРОБЛЕННЯ КРЕАТИВНОГО ТА ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ В ІНСТАГРАМ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЗАКЛАДІВ ДЛЯ ДІТЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ

8. Василенко С., НАУ, Київ

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РОБОТІ
ЖУРНАЛІСТА

9. Ващенко Д., НАУ, Київ

ЯВИЩЕ ВЗАЄМОДІЇ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
МИСТЕЦТВА

10. Величко А., НАУ, Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЙ ТА ЗАХОДІВ УКРАЇНИ ЩОДО
ПРОТИДІЇ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДИ

11. Верета А., НАУ, Київ

ПОЕТИЧНИЙ БЛОГ ЯК ВИД СУЧАСНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У
СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

12. Відоменко А., НАУ, Київ

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ ПОПИТУ НА ЛІТЕРАТУРУ ДЛЯ
ПІДЛІТКІВ

13. Вознюк О., НАУ, Київ

ВПЛИВ ДРУКОВАНИХ ЖУРНАЛІВ НА СУЧАСНУ МОЛОДЬ
ТА ЇХ САМОВИРАЖЕННЯ

14. Геращенко Д., НАУ, Київ

ЖАНРИ ФУТБОЛЬНОЇ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛІСТИКИ

15. Голобородько В., НАУ, Київ

МЕДІАПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ
ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ

**16. Головка Н., Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, Київ**

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОДЕЛЕЙ МАСОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В
УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ВІД ІНДУСТРІАЛЬНОГО ДО
ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

17. Гранкіна Є., НАУ, Київ

ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ В
ОСВІТНІЙ СФЕРІ

18. Гуляницький О., НАУ, Київ

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У РОБОТІ
ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

19. Гунько Н., НАУ, Київ

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ
КОМПАНІЇ В ІНТЕРНЕТІ ТА ПОЗА ЙОГО МЕЖАМИ

20. Дейнега А., НАУ, Київ

АРХІТЕКТОНІКА ДРУКОВАНОГО ТА ЕЛЕКТРОННОГО ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ: ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

21. Денисенко Ю., НАУ, Київ

ВПЛИВ ПОКАЗНИКА STR ДЛЯ ПОКАЗІВ НА ПРОСУВАННЯ КОНТЕНТУ НА ПЛАТФОРМІ «ЮТУБ»

22. Дишкант І., НАУ, Київ

ФУНКЦІЇ ТЕКСТУ В ІНСТАГРАМ

23. Зьоменко Б., НАУ, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ МІФІВ У РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ

24. Іванова А., НАУ, Київ

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ КОНТЕКСТ УКРАЇНСЬКОЇ КІНОРЕЦЕНЗІЇ: СУСПІЛЬНІ ТА ПОЛІТИЧНІ АСПЕКТИ

25. Іванюк Ю., НАУ, Київ

СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

26. Карабута В., НАУ, Київ

СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КАВОВОГО БІЗНЕСУ У КОНТЕКСТІ ЗМІН СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ: ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА УСПІХ БІЗНЕСУ

27. Кобрин Т., НАУ, Київ

ФЕНОМЕН МЕДІА-ВОЛОНТЕРСТВА ТА ЙОГО МІСЦЕ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

28. Кожаріна В., НАУ, Київ

РОЛЬ ІНФОРМАЦІНОЇ ГІГІЄНИ В ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНІ НА ПРИКЛАДІ РОСІЙСЬКИХ НАРАТИВІВ

29. Кретчмер Є., НАУ, Київ

УКРАЇНСЬКИЙ ТЕАТР ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ В УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

30. Кудра К., НАУ, Київ

СПЕЦИФІКА ІНСТАГРАМ-БЛОГУ ПРО ДЕРЖАВНИЙ МУЗЕЙ АВІАЦІЇ УКРАЇНИ ІМ. О. К. АНТОНОВА

31. Кузілова К., НАУ, Київ

ЖАНРИ ФОТОЖУРНАЛІСТИКИ У СУЧАСНИХ ДРУКОВАНИХ ВИДАННЯХ

32. Лапіга А., НАУ, Київ

БЛОГІНГ ЯК ЯВИЩЕ СУЧАСНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ:
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ОНЛАЙН-КОНТЕНТУ ПРО
УКРАЇНСЬКУ ЛІТЕРАТУРУ

33. Лебідь Б., НАУ, Київ

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ
ДЛЯ ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ

34. Лебедева К., НАУ, Київ

РЕКЛАМА В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК СПОСІБ
ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ ВОЛОНТЕРСЬКИХ
ОРГАНІЗАЦІЙ

35. Ляш Є. НАУ, Київ

ОСОБЛИВОСТІ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ ЯК НОВІТНІХ
ІНСТРУМЕНТІВ МЕДІА: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ

36. Мазур Д., НАУ, Київ

МЕТОДОЛОГІЯ АНАЛІЗУ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛІВ ПРО
АВІАПОДОРОЖІ

37. Марцинкевич Д., НАУ, Київ

ІСТОРІЯ СТВОРЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ, ЇХ
РІЗНОВИДИ, ЗНАЧЕННЯ

38. Марченко В., НАУ, Київ

МІСЦЕ ДРУКОВАНОЇ ПРЕСИ В СУЧАСНОМУ
ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ

39. Мирбабасва К., НАУ, Київ

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА «ЮТУБ» ЯК ПЛАТФОРМА
ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

40. Міщенко В., НАУ, Київ

КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР
ЕФЕКТИВНОСТІ РАЙОННИХ ЗМІ

41. Наконечний Д., НАУ, Київ

МЕДІАМИСТЕЦТВО ЯК ФЕНОМЕН ВПЛИВУ НА МАСОВУ
АВДИТОРІЮ

42. Олійник О., НАУ, Київ

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ КАФЕДРИ РЕКЛАМИ
І ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В ТИК-ТОК

43. Прокопенко К., НАУ, Київ

РОЛЬ ТУРИЗМУ В ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ
УКРАЇНИ

44. Савіна Я., НАУ, Київ

ПЕРЕВАГИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КОНТЕНТУ ПРО УКРАЇНСЬКІ
КУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ НА ПЛАТФОРМІ «ТЕЛЕГРАМ»

45. Сіроштан О., НАУ, Київ

КУЛЬТУРОЛОГІЧНА ЖУРНАЛІСТИКА: СУТНІСТЬ
ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ

46. Солоха І., НАУ, Київ

РОЛЬ ВІДЕОКОНТЕНТУ В ПРОСУВАННІ ВІДНОВА:UA
СЕРЕД МОЛОДІ

47. Чернелєвська К., НАУ, Київ

ІНСТАГРАМ ЯК ПОТУЖНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ
СТВОРЕННЯ БРЕНДУ

48. Ярошенко В., НАУ, Київ

НАСЛІДКИ ВПЛИВУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА
КРИМСЬКОТАТАРСЬКИХ ДІТЕЙ В КРИМУ