|  |  |
| --- | --- |
| Логотип СПбУТУиЭ | САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИИНСТИТУТ ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУККАФЕДРА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |

*Лермонтовский пр., д.44, Санкт-Петербург, Россия, 191103*

*E-mail:*[*conference.ame@gmail.com*](mailto:conference.ame@gmail.com)

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО**

**УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!**

Приглашаем к участию в IX заочной научно-практической конференции с международным участием **«СОВРЕМЕННАЯ РОССИЯ: ВЗГЛЯД ДЕЛОВОЙ МОЛОДЕЖИ»**

**студентов вузов и учащихся школ и колледжей**

**КОНФЕРЕНЦИЯ СОСТОИТСЯ 30 АПРЕЛЯ 2021 ГОДА**

**Для участия в конференции необходимо представить статью по тематике одного из следующих круглых столов:**

1. **«ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ В ОБУЧЕНИИ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ»**

**Предлагаемая тематика публикаций:**

1. Информационные технологии в образовании.
2. Восприятие сказки и ее развивающее значение.
3. Игры, способствующие развитию мышления у младших школьников.
4. Воспитание культуры общения в дошкольном возрасте.
5. Применение игровых технологий в обучении.
6. Занимательные формы внеклассной работы при изучении физической географии.
7. Особенности обучения одаренных детей.
8. Современные методики обучения иностранным языкам.
9. Развитие математических способностей школьников.
10. Психологические аспекты образовательной деятельности.
11. Активизация учебно-познавательной деятельности учащихся с низкой обучаемостью как педагогическая проблема.
12. Роль родителей в развитии ребенка и ошибки семейного воспитания.
13. Психологическая оценка готовности ребенка к школе.
14. Влияние возрастных особенностей школьников на эффективность их учебной деятельности.
15. Гуманитарное осмысление медицинской деятельности в актуальных жизненных реалиях.
16. Имитационные методы в учебно-познавательной деятельности студента.
17. Иноязычная коммуникация как компонент профессиональной подготовки специалиста.
18. Проблемы речевого развития школьников.
19. Арт-педагогика: роль в воспитании и социализации личности.
20. Современный учебник: каким он должен быть?
21. **«СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МОЛОДЕЖИ»**

**Предлагаемая тематика публикаций:**

1. Социальный статус и социальный портрет российской молодежи.
2. Деятельность молодежных организаций в контексте социальных проблем.
3. Проблемы отчуждения молодежи от управления в сфере политики и экономики.
4. Молодежь и социальные сети в современном мире.
5. Сетевая этика в молодежной образовательной среде.
6. Понятие уязвимых категорий молодежи.
7. Влияние виртуальной реальности на формирование сознания молодежи.
8. Коммуникативный потенциал молодежи как фактор успешности в современном мире.
9. Имидж молодого человека в СМИ.
10. Молодежь в городской среде.
11. Одаренная молодежь в России.
12. Современные технологии вовлечения молодежи в социально-ориентированную деятельность.
13. Оппозиционная молодежь.
14. Политический экстремизм в молодежной среде.
15. Событийное волонтерство.
16. Здоровье как ценностная категория.
17. Здоровый образ жизни и охрана здоровья.
18. Чтение в цифровую эпоху.
19. Реализация социальных инициатив молодежи.
20. Социальные практики участия молодежи в принятии общественно значимых решений.
21. **«МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И PR: АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»**

**Предлагаемая тематика публикаций:**

1. Влияние масс-медиа на социокультурное развитие общества.
2. «Виртуальная реальность» как мультимедийная технология.
3. PR и продвижение в социальных сетях.
4. Внутренний имидж организации: особенности и способы построения.
5. Внутрикорпоративные мероприятия как PR-технологии.
6. Коммуникативные стратегии и тактики в развлекательных передачах.
7. Манипулятивные стратегии в рекламном тексте.
8. Способы передачи визуальных и звуковых образов в рекламе.
9. Event-мероприятия как инструмент PR-деятельности.
10. Жанры PR-текстов на страницах российской прессы.
11. Креативный маркетинг.
12. Значение и особенности скрытой рекламы.
13. Основные кинематографические средства в рекламе и PR-кампаниях.
14. Особенности рекламной деятельности на рынке медицинских услуг и ее совершенствование.
15. Методы создания и поддержания ценности бренда.
16. Восприятие информации и барьеры коммуникации.
17. Паблик рилейшнз в политике: особенности, проблемы, тенденции.
18. Проблемы конструирования персонального имиджа.
19. Психологические аспекты восприятия рекламы.
20. Способы повышения запоминаемости рекламной информации.

**IV. «ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА И ТУРИЗМА В XXI ВЕКЕ»**

**Предлагаемая тематика публикаций:**

1. Активные виды туризма в России.
2. Виды экстремального туризма.
3. Управление репутацией отеля онлайн.
4. Public Relations в туризме.
5. Анимационные программы и их использование в туризме.
6. Выставочный бизнес.
7. Перспективы развития туризма для детей и подростков.
8. Внутренний туризм в России.
9. Туристский потенциал Санкт-Петербурга.
10. Возможности Интернет-технологий в формировании и продвижении туристского продукта.
11. Культурно-познавательный туризм в крупнейших культурных центрах мира.
12. Экскурсоведение. Методы разработки и технология проведения экскурсий.
13. Методы обслуживания гостей и показатели качества обслуживания в гостиничных предприятиях.
14. Методы обслуживания гостей и показатели качества обслуживания в ресторанных предприятиях.
15. PR-деятельность в сфере гостиничного бизнеса.
16. Особенности продвижения туристской дестинации.
17. Luxury-туризм: перспективы в России и мире.
18. Гастрономические туры как перспективное направление развития международного туризма.
19. Парикмахерское искусство: отечественный и зарубежный опыт.
20. Индустрия моды и красоты: тенденции развития в отечественной и зарубежной практике.

**На конференцию могут быть представлены также статьи другой тематики по выбору учащихся.**

**Статьи участников в электронном виде принимаются в оргкомитет конференции до 30 апреля 2021 г. по адресу:**

***E-mail:* *conference.ame@gmail.com***

**Авторы направляют на адрес конференции также согласие на обработку персональных данных (в формате PDF, пример наименования документа: согласие Иванов И.И.).**

**Участники конференции получают сертификат участника (или скан сертификата) по запросу.**

**Материалы заочной конференции будут размещены в электронном сборнике.**

**Рекомендации по оформлению текста**

Электронная версия статьи представляется в текстовом редакторе MS Word с расширением \*.doc. В верхнем правом углу указываются имя и фамилия автора (соавторов), учебное заведение, группа, Ф.И.О/ и звание научного руководителя. Ниже, через интервал в центре строки набирается название тезисов прописными (заглавными) буквами, шрифт Times New Roman 12, полужирный.

Параметры страницы: строчные буквы, шрифт – кегль 12, гарнитура шрифта – «Times New Roman», межстрочный интервал – 1, поля – 2 см с трех сторон, левая внутренняя сторона – 3 см. Абзац - 1,25 см – отступ красной строки, выравнивание по ширине, страницы не нумеровать.

Источники в списке литературы располагаются в алфавитном порядке. Ссылка на источник оформляется в квадратных скобках: (номер источника из списка литературы, при использовании цитат в ссылке указывается страница, содержащая данную цитату). Библиография и примечания в конце статьи. Рисунки и диаграммы должны быть размещены в тексте и входить в общий объем статьи. Объем статьи – 3-5 страниц.

Образцы оформления статьи на конференцию находятся в Приложении.

Контактные телефоны:

к.э.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью

Торгунакова Елена Владимировна

Тел. 8 (921) 449-94-95

**Директор Института гуманитарных**

**и социальных наук, к.пед.н., доцент Уткина О. Н.**

**ПРИЛОЖЕНИЕ**

**Образец оформления статьи**

**Иванов Иван.**

**Санкт-Петербургский университет технологий**

**управления и экономики, группа 3041.**

**Научный руководитель: к.э.н. Петрова И. П.**

**НАЗВАНИЕ**

Текст статьи

**Список литературы:**

1. Асланов Т. PR тексты. Как зацепить читателя. – СПб: Питер, 2017. - 176 с.
2. Антоновский А.Ю. Научное познание как понятие социальной философии // Вопросы философии. – 2018. – № 12. – С. 56–63.
3. Сведения о кандидатах на выборы Президента РФ // Cайт центральной избирательной комиссии РФ [Сайт]. URL: http://www.vybory.izbirkom.ru/region/region/izbirkom? (дата обращения: 20.05.2019)

**СОГЛАСИЕ НА ОБРАБОТКУ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ**

Я , \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

(фамилия, имя, отчество)

документ, удостоверяющий личность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

(вид документа)

выдан \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

(кем и когда)

зарегистрированный (ая) по адресу: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, согласен (а) на обработку моих персональных данных: (фамилия, имя, отчество; контактный телефон (дом., мобильный, рабочий); место работы (учебы), ЧОУ Санкт-Петербургским университетом технологий управления и экономики.

Субъект дает согласие на обработку своих персональных данных, то есть совершение, в том числе, следующих действий: обработку (включая сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, обезличивание, блокирование, уничтожение персональных данных), при этом общее описание вышеуказанных способов обработки данных приведено в Федеральном законе от 27.07.2006 № 152-ФЗ « О персональных данных», а также на передачу такой информации третьим лицам, в случаях, установленных нормативными документами вышестоящих органов и законодательством.

Настоящее согласие действует бессрочно.

Настоящее согласие может быть отозвано мною в любой момент по соглашению сторон. В случае неправомерного использования предоставленных данных согласие отзывается письменным заявлением.

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Подпись ФИО