



«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

Институт гуманитарных и социальных наук
Международная научно-практическая конференция

«РЕКЛАМА, PR И МЕДИА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ» 24–25 марта 2022 года

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

24–25 марта 2022 года Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики проводит международную научно-практическую конференцию «РЕКЛАМА, PR И МЕДИА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»

Цель научно-практической конференции: обсуждение широкого спектра теоретических и практических вопросов и тем, касающихся различных аспектов рекламы, PR и медиа; презентация современных стратегий, сервисов и технологий, используемых в медиабизнесе; определение долгосрочных трендов развития медиа в условиях новой экономической и социальной реальности; объединение усилий ученых и специалистов-практиков для определения актуальных направлений исследований в сфере современных коммуникаций; укрепление связей между российскими и зарубежными университетами; налаживание партнерских отношений с медиахолдингами, рекламными агентствами, регулирующими органами и другими организациями, интересующимися данными вопросами.

Целевая аудитория научно-практической конференции: студенты, аспиранты, преподаватели, российские и зарубежные ученые и специалисты в сфере рекламы, PR и медиа, представители регулирующих органов и других организаций, интересующихся данными вопросами.

Секции конференции:

1. Особенности современного медиарынка и его текущие изменения.
2. Особенности рекламы и PR в отраслях и сферах деятельности: российский и зарубежный опыт.
3. Современные стратегии, сервисы и технологии, используемые в медиабизнесе: российская и зарубежная практика.
4. Вызовы новой экономической и социальной реальности и долгосрочные тренды развития медиа.
5. Проблемы медиаобразования, медиаграмотности, медиакультуры и медиакомпетентности в контексте проблем становления современного информационного общества.
6. Культура коммуникации в условиях цифровой и социокультурной глобализации.
7. Особенности психологии медиакommunikаций цифровой эпохи.
8. Лингвокультурные аспекты современных медиакommunikаций.

Задачи научно-практической конференции:

- выявить особенности и систематизировать текущие изменения медиарынка;
- определить особенности рекламы и PR в различных отраслях и сферах деятельности;
- обозначить вызовы новой экономической и социальной реальности и определить долгосрочные тренды развития медиа;
- проанализировать российский и зарубежный опыт использования в медиабизнесе современных стратегий, сервисов и технологий, определить векторы его дальнейшего развития;
- предоставить ученым, преподавателям и практикам из разных научных и профессиональных сообществ возможность взаимодействовать, обмениваться результатами исследований, проводимых в сфере современных коммуникаций и затрагивающих другие сферы и общества;
- определить перспективы исследований и междисциплинарного диалога с целью выработки интегрированных подходов к проблемам медиакоммуникаций.

Конференция будет проводиться в смешанном формате с использованием современных инфокоммуникационных технологий (**платформа Teams**). Ссылку участники получают за два дня до начала конференции.

К началу конференции будет выпущен электронный сборник статей с индексацией в **РИНЦ** и размещением в **e-library**

Организационный сбор за публикацию статьи составляет **1000 руб.** (оплачиваются первые 4 страницы статьи, **5-я страница и далее публикуется бесплатно**).

Участники конференции получают **сертификат**.

Стоимость сертификата – **250 руб.**

Договор оплаты статьи и сертификата высылаются авторам после положительного решения о принятии их материалов к публикации.

Для участия в конференции необходимо до **1 марта 2022 г.** включительно предоставить следующие материалы:

- **заявку на участие в конференции** (название файла: «*Заявка Иванов И.И.*»);
- **текст статьи** на русском языке 4–7 страниц А4 (название файла: «*Статья Иванов И.И.*»);
- **результат проверки оригинальности текста** статьи в системе **Антиплагиат** (название файла: «*Антиплагиат Иванов И.И.*»). Минимально допустимый уровень оригинальности текста составляет **70%**;
- **квитанцию об оплате** (название файла: «*Оплата Иванов И.И.*»)

Все материалы отправлять на e-mail: [**Kafedra.misk@mail.ru**](mailto:Kafedra.misk@mail.ru)

Реквизиты для оплаты:

РОССИЯ, 190103, г. Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д.44, Литер А
тел. (812) 575-03-00, факс (812) 575-02-70,
ИНН – 7826001459 / КПП – 783901001;
р/счет №40703810117000003177 в ПАО «Банк «Санкт-Петербург»
г.Санкт-Петербург к/счет №30101810900000000790
БИК – 044030790 ОКТМО 40305000

ФОРМА ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ

ФИО полностью	
Место работы/учебы	
Должность/Курс, направление (для студентов и аспирантов)	
Ученая степень, звание	
Название секции	
Тема доклада	
Форма участия	
Контактный телефон	
E-mail	

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Объем статьи не менее 4 страниц.

Формат А4 через 1 интервал; шрифт Times New Roman, кегль – 14; поля со всех сторон – 2 см; абзац – 1,25 см.

Название статьи на русском и английском языках – по центру, прописные буквы, полужирный шрифт.

Через один интервал, по центру указывается фамилия, имя, отчество автора (полужирный шрифт); ниже обычным шрифтом – ученая степень, ученое звание (для студентов курс, бакалавриат/магистратура); ниже курсивом – название учебного заведения (другого учреждения, организации); ниже – город, страна; аналогично для всех авторов на русском и английском языках.

Ниже, через один интервал, с абзаца, с выравниванием по ширине размещаются аннотации на русском и английском языках объемом не менее 7–10 предложений, кегль – 12.

Сразу после аннотаций в таком же формате размещаются ключевые слова (5–9 слов) – на русском и английском языках.

Ниже – через один интервал – размещается текст статьи: шрифт Times New Roman, кегль – 14; абзац – 1,25 см, выравнивание по ширине.

Через один интервал указывается «Список использованных источников» (полужирный шрифт, выравнивание по центру).

Ниже – через один интервал – размещается список использованных источников в алфавитном порядке, оформленный в соответствии с требованиями **ГОСТ Р 7.0.100.-2018** «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу» (обычный шрифт, выравнивание по ширине).

Сноски на использованные источники оформляются по тексту статьи с указанием номера источника из списка в конце статьи и номера страницы в источнике [1, с. 12].

Рисунки и таблицы должны быть четкими и компактными, объекты сгруппированными, не сканированными.

Формулы, символы, встречающиеся в тексте, должны быть набраны как объект Microsoft Equation 3.0

Материалы, поступившие позднее **1 марта 2022 г.**, а также не соответствующие тематике конференции и правилам оформления, опубликованы не будут.

Авторы статей несут полную ответственность за достоверность сведений, представленных в текстах статей.

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИЙ
LINGUISTIC REPRESENTATION OF EMOTIONS

И.И. Иванов,

кандидат филологических наук, доцент

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики
(Санкт-Петербург, Россия)

I.I. Ivanov,

PhD (Philological Sciences), Associate Professor

Saint-Petersburg university of management technologies and economics
(Saint-Petersburg, Russia)

Аннотация

Annotation

Keywords:

Текст статьи

Список использованных источников

1. Аветисов А.А. О системном подходе в теории оценки и управления качеством образования : монография / А.А. Аветисов. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2017. – 154 с.
2. Иванов А.А. Анализ / А.А. Иванов // Вопросы языкознания. – 2009. – №1. – С.7–15.

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ ТАБЛИЦЫ И РИСУНКА

Таблица 1 – Система подходов к трактованию содержания «управление персоналом»

Подход к трактованию	Определение	Авторы
1. Управление персоналом как	Системное организованное воздействие с помощью взаимосвязанных	Н.Л. Зайцев

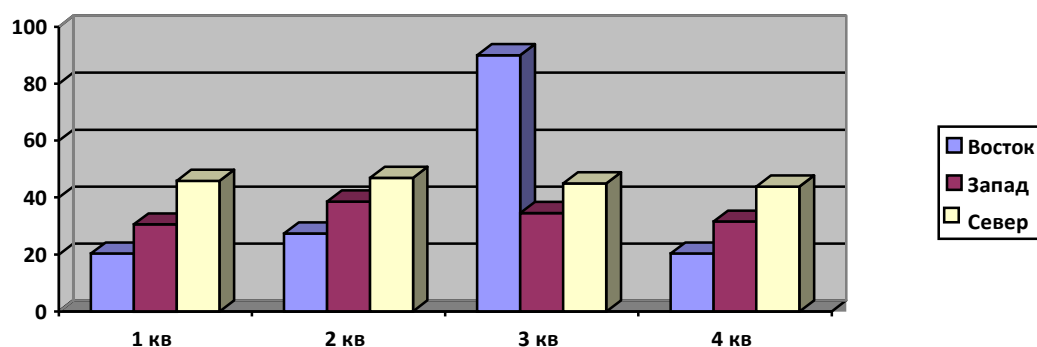


Рис. 8 – Объем спроса на оздоровительные услуги в РФ на 2019 г.