

Требования к оформлению тезисов докладов для публикации в сборнике студенческой научно-практической конференции ВАФО-2018

Уважаемые студенты!

(!) Тезисы докладов участников студенческой конференции (оформленные в соответствии с требованиями данного Приложения) принимаются **до 12 ноября 2018 г.** (включительно).

Текст тезисов должен быть тщательно вычитан и отредактирован, одобрен научным руководителем

Для участия во всех мероприятиях Форума необходимо пройти **электронную регистрацию!** Зарегистрироваться на Форум, а также отправить тезисы и статьи Вы можете, перейдя по ссылке bafo-forum.ru

Напоминаем, что **тезисы доклада** – сжатый текст доклада, его основные положения, кратко сформулированные с целью лаконично (на 1–2 страницах) передать содержание текста, рассказать о целях, задачах, методах, результатах описываемого исследования и сделанных автором выводах.

Секции студенческой научно-практической конференции 2018 и обсуждаемые вопросы в рамках каждой темы секции

(для бакалавров, магистрантов и специалистов):

1. English discussion block of actual communication problems (in English):

- English as a Language of World Communication
- Globalization and National Identity
- World Politics Vs International Politics
- Intercultural Challenges: How to Come to an Agreement
- Leaders and Leadership: Image in Politics
- Concerns of the Technological Age
- IT as a Driving Factor in the Process of Global Integration
- New Media: The Power to Inform
- Public Relations: Contemporary Issues and Techniques

2. Реклама и PR как базовые составляющие маркетинговых коммуникаций (не включая темы с использованием Интернет-технологий):

- Современные рекламные и PR-технологии в различных отраслях производства
- Правовые аспекты рекламы и PR в 21 веке
- Этические аспекты рекламы и PR в России и за рубежом
- Позитивное и/или негативное влияние рекламной и PR-деятельности на прибыльность компании
- Анализ структуры фирменного стиля компании и создание корпоративной культуры
- Психологическое воздействие рекламы на потребителя

- Спонсорство и благотворительность как PR-инструмент
- Примеры и анализ некоммерческой рекламы
- Маркетинг и брендинг территорий
- PR как улучшение и поддержание репутации бренда
- Национальные различия в продвижении товара/услуги в разных странах мира
- Критерии оценки эффективности рекламного, GR- и PR-продукта
- Примеры и анализ успешных и/или провальных рекламных и PR-акций
- Коммуникации в кризисных ситуациях компании
- Продвижение личности человека, как бренда
- Анализ деятельности специалистов в области рекламы и PR
- Примеры развития известных и успешных брендов в мире
- Зарождение и развитие рекламы и PR в различных странах мира и/или в отдельных регионах

3. Технологии PR и рекламы в Интернет-пространстве:

- Примеры и анализ рекламных и PR-кейсов в Интернете
- Зарождение и развитие рекламы и PR в Интернете
- Виды интернет-рекламы и способы её использования
- Современные рекламные и PR-технологии для продвижения в Интернет-пространстве
- Продвижение с использованием социальных сетей
- Современное состояние и тенденции развития цифрового маркетинга (digital-маркетинга) в России и за рубежом
- Анализ позитивного и/или негативного влияния интернет рекламы и PR на прибыльность компании
- Использование Интернет-технологий для рекламы в кризисных ситуациях компании
- Примеры и анализ развития известных брендов в Интернете
- Примеры и анализ успешных и/или провальных рекламных и PR-акций в Интернете
- Оценка эффективности интернет-маркетинга
- Блоггинг как средство рекламы
- Способы привлечения внимания потребителей к сайтам компаний
- Правовые аспекты рекламы в Интернет-пространстве
- Инновации в брендинге территорий

4. Информационно-коммуникативные технологии (ИКТ) на международной арене:

- Участие средств массовой информации в освещении международных происшествий
- Особенности и причины современных информационных войн
- Роль инновационных цифровых технологий в сложившихся отношениях стран друг к другу
- Участие государства в развитии ИКТ
- Развитие инновационных технологий в России
- Обеспечение безопасности в Интернете
- Международно-правовые основы регулирования отношений в сфере информационно-коммуникационных технологий
- Сетевой терроризм как особая форма киберпреступности

5. Безграничная Европа: особенности развития на современном этапе:

- Социально-экономические трансформации в Европе на современном этапе
- Политический кризис в современной Европе: евроскептики, ультраправые и т.д.
- Культура и религия в современной Европе
- Малоизвестные страницы истории европейских стран
- «Европа 2020»: достижения и проблема
- «Европа регионов»: регионализация в Европе на современном этапе

6. Балтийское море как арена сотрудничества и противостояния:

- Экология Балтийского моря и экологическая политика балтийских стран
- Трансграничное сотрудничество в регионе Балтийского моря
- Из истории войн и конфликтов в регионе Балтийского моря
- Выдающиеся деятели стран Балтийского региона: неизвестные факты биографий

7. Политика как пространство для продвижения и столкновения идей и интересов:

- Особенности проведения и организации предвыборных кампаний в неблагоприятных для страны условиях
- Способы создания определенного имиджа кандидата
- Политика как элемент продвижения конкретной личности

- Политика как место столкновения схожих намерений за какой-либо объект
- Причины политических конфликтов между странами и пути их решения
- Использование рекламы и PR-технологий для урегулирования или отягощения конфликтов между конфликтующими сторонами
- Роль иностранных СМИ в освещении конфликтов двух и более стран
- Особенности PR, проводимого Российским правительством
- Примеры и анализ успешных и/или неудачных предвыборных кампаний в мировой практике
- Возникновение конфликтов в условиях слабо развитой толерантности
- Проблемы развития государственной молодежной политики
- Роль молодежи в коммуникативном и телекоммуникационном пространстве
- Существующие региональные молодежные программы
- Проблемы формирования патриотизма, гражданственности, правовой и экономической культуры населения
- Проблема вербовки молодежи в исламистские группировки: причины ухода в группировки и пути решения проблемы
- Деятельность государства по созданию условий для появления новых и перспективных кадров – молодежи

8. Инновационные технологии для решения социальных проблем общества:

- Инновационные решения на основе информационных и коммуникационных технологий в образовании, науке, технике, экономике, социальной сфере и др. областях
- Примеры и анализ существующих проектов для решения социальных проблем
- Разработка собственных (личных) проектов с реализацией в будущем для улучшения и упрощения жизни населения
- Проведение исследования для выявления проблем
- Использование технологий искусственного интеллекта для разработки проекта
- Платформы для реализации инновационных проектов
- Виды проектов (мобильные приложения, веб-сайты, лонгриды, интерактивные карты, специальные проекты и т.д.)
- Примеры использования и внедрения инновационных технологий в общественных и частных учреждениях (больницы, школы, университеты, детские сады, кафе, рестораны, гостиницы и т.д.)

Научная работа, содержание тезисов доклада которой не будет входить в рамки обсуждаемых вопросов секции, **будет отклонена** по причине несоответствия теме секции!

Требования к оформлению тезисов докладов

1. Текст принимается в электронном виде файлом с расширением в ***.doc** или ***.docx**. Файлы в других форматах рассматриваться не будут.

2. Объем тезисов должен составлять **не более 2-х страниц** формата А4 (включая сведения об авторе и список использованных источников).

3. Допускается **не более 2-х авторов** на один доклад;

4. Название файла должно состоять из номера секции, ФИО участника (-ов).

Пример: stud1ДашкоЯЮ.doc / stud1ДашкоЯЮФоканова ДВ.doc

5. **Поля страницы** — по 2 см; **шрифт:** Times New Roman:

14 pt — ФИО, название тезисов доклада, основной текст;

12 pt — учебное заведение, научный руководитель, список использованных источников (выделяется курсивом); нумерация страниц

межстрочный интервал: одинарный; **отступ абзаца:** 1,25 см; **нумерация страниц:** в правом нижнем углу;

ФИО автора (-ов), название учебного заведения, данные о научном руководителе: выравнивание по правому краю;

название тезисов доклада: выравнивание по центру;

основной текст тезисов: выравнивание по ширине без переносов;

полужирное начертание к тексту: ФИО, название тезисов;

6. **Заголовочный комплекс:** ФИО автора (-ов); полное название учебного заведения; данные о научном руководителе – ученая степень, ученое звание, должность; название тезисов (цифры в названии прописываются словами);

7. Оригинальность текста должна составлять **не менее 70%**.

8. Ссылки в тексте на источники оформляются в соответствии с полным библиографическим описанием источника после текста по **ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка»**. На каждый источник в конце статьи, должна быть ссылка в тексте, которая приводится **в квадратных скобках** с указанием номера источника в списке и номера страницы источника цитаты (если есть цитата). Библиографические ссылки располагаются **в алфавитном порядке**.

Ссылки на источники указывать обязательно (кроме тезисов по 1 секции, где ссылки указываются при необходимости). **Не более 4-х источников;**

9. В тексте может быть не более одного рисунка **или** не более одной таблицы. Рисунки и таблицы нумеруются. Рисунки должны иметь подрисуночные подписи, а таблицы – заголовки.

10. Текст должен быть оригинальным, законченным, стиль изложения – научным.

Образец оформления тезисов доклада и электронных источников см. ниже

Все тезисы будут проходить проверку на соответствие требованиям. Не соблюдение формальных требований является основанием для **отказа в приеме тезисов для публикации** в сборнике. Окончательное решение об отклонении в публикации тезисов доклада принимается исключительно Редколлегией. Редколлегия оставляет за собой право отказать в публикации материалов без объяснения причин.

Контакты

*Руководитель студенческого
организационного комитета*

Воловая Полина Андреевна

E-mail: orgcombafo2018@gmail.com

Телефон: +7 (911) 119-85-62

Руководитель научного отдела

Дашко Яна Юрьевна

E-mail: yanadashko@mail.ru

Телефон: +7 (931) 378-70-85

Менеджер по работе с участниками

Еникеева Екатерина Михайловна

E-mail: kat98@bk.ru

Телефон: +7 (321) 000-02-80

Образец оформления электронных источников

Ссылки на электронные источники должны быть **оформлены в точности** с приведенными примерами в зависимости от того, какой тип электронного источника используется

1. Ссылка на сайт в целом

Международный Коммуникационный Балтийский Форум: [Электронный ресурс]. М., 2018. URL: <http://bafo-forum.ru>. (Дата обращения: 10.09.2018)

2. Ссылка на web-страницу

Реклама в блогах: как выбрать площадку, что публиковать и сколько стоит: [Электронный ресурс] // ИНТЕРВОЛГА. М., 2003-2018. URL: <https://www.intervolga.ru/blog/marketing/reklama-v-blogah/>. (Дата обращения: 10.09.2018)

3. Ссылка на on-line-журнал

Секретарь-референт. 2011. № 7: [Электронный ресурс]. URL: http://www.profiz.ru/sr/7_2011. (Дата обращения: 10.09.2018)

4. Ссылка на on-line-статью

Каменева Е.М. Формы регистрации документов: // Секретарь-референт. 2011. № 7. URL: http://www.profiz.ru/sr/7_2011/formy_registracii_dokov. (Дата обращения: 10.09.2018)

5. Ссылка на on-line-книгу

Степанов В. Интернет в профессиональной информационной деятельности: [Электронный ресурс]. 2002-2006. URL: <http://textbook.vadimstepanov.ru>. (Дата обращения: 10.09.2018)

6. Ссылка на часть on-line-книги

Степанов В. Электронные документы интернет: описание и цитирование: [Электронный ресурс] // Степанов В. Интернет в профессиональной информационной деятельности. 2002-2006. URL: <http://textbook.vadimstepanov.ru/chapter7/glava7-2.html>. (Дата обращения: 10.09.2018)

Образец оформления тезисов доклада

Дашко Яна Юрьевна,
Фоканова Дарья Викторовна

Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций
им. проф. М.А. Бонч-Бруевича.

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры СПН В.В. Несенчук.
(пустая строка)

Шесть приёмов размещения рекламных сообщений, привлекающие человеческое внимание

(пустая строка)

По результатам исследований было выявлено, что от места размещения рекламного сообщения будет зависеть количество просмотров [1].

Для того чтобы избежать ошибок при размещении рекламного сообщения, необходимо знать шесть основных приемов публикации.

1. Размещать изображения в левой части страницы, а текст в правой.
2. Использовать в своих изображениях неоднозначные выражения лиц.
3. Размещать как можно меньше рекламных объявлений.
4. Использовать закругленные края.

5. Правило полутора. По результатам исследований было выявлено, что, если пользователь смотрит всплывающую рекламу 1,5 или более секунд вероятность того, что он запомнит ее будет выше, чем если бы пользователь просмотрел секундную рекламу [2].

6. Использование правильного цвета. Каждый цвет оказывает на человека свое психологическое влияние, заставляет переживать конкретные чувства [1]. Например, для рекламы лекарственных или оздоровительных препаратов используется зеленый цвет, так как он считается природным, чистым, гармоничным – символом природы.

Итак, подводя итоги, можно сказать, что разработка рекламы всегда было, есть и будет сложным, трудоемким и творческим процессом. Рекламодатели стараются создать такую рекламу, которая будет точно направлена на целевую аудиторию и создаст у нее те ощущения и желания, которые ожидает получить заказчик. Именно эти приемы помогают достичь желаемого от потребителей, хотя их может быть гораздо больше. Но в данной работе были выделены основные, которым должен пользоваться каждый специалист по рекламе.

(пустая строка)

Список использованных источников:

1. Приемы рекламного воздействия: [Электронный ресурс] // Психология и бизнес. М., 2015. URL: <https://www.psycho.ru/library/2234>. (Дата обращения 04.10.2017)
2. Психология рекламы: приемы воздействия маркетинга – найти и обезвредить: [Электронный ресурс] // Психология жизни. М., 2010. URL: <http://psycabi.net/psikhologiya-vliyaniya/336-psikhologiya-reklamy-priemy-vozdjstvija-marketinga-najti-i-obezvredit>. (Дата обращения 04.10.2017)