

*Информационное письмо N 1*

**Санкт-Петербургский государственный экономический университет**

**Европейский институт PR (IEERP)**

**проводят 29-30 ноября 2022 года**

**VI Международную научно-практическую конференцию**

 **«Коммуникации в условиях цифровой трансформации» (СDT-2022)**

Основные направления научной дискуссии:

* теория и практика коммуникаций в условиях цифровизации;
* стратегические коммуникации и стратегические коммуникационные технологии;
* ресурсы медиакоммуникаций в цифровую эпоху;
* реклама и PR в эпоху цифровой трансформации;
* брендинг и геобрендинг в условиях цифровизации;
* актуальные стратегии цифровых коммуникаций в образовании.

Конференция проводится в онлайн-формате. Предполагается организация секций и круглых столов, секций молодых исследователей. К участию приглашаются практикующие специалисты, преподаватели и аспиранты, магистранты и студенты направлений подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Журналистика», «Медиакоммуникации».

*Заявка и материалы присылаются до 1 ноября 2022 года* на сайт конференции www.conference.cdt.tilda.ws.

Предполагается издание материалов к началу конференции с присвоением международного ISBN (издательство L’Harmattan–Paris) и размещением в РИНЦ. Публикация в электронном сборнике бесплатная.

Оргкомитет вправе отказать в участии / публикации при выборе темы, не соответствующей тематике конференции и несоблюдении объема и правил оформления. Принимается не более одного материала от одного автора, в том числе в соавторстве. Самоцитирование – не более двух позиций.

Условия оформления (см. образец в Приложении): шрифт Times New Roman, 15 кегль, одинарный интервал; сноски затекстовые по алфавиту авторов в разделе Литература (12 кегль); обязательны УДК публикации; аннотация и ключевые слова на русском и английском языках. Объем — до трех страниц основного текста А4. Принимаются материалы на русском, английском и французском языках.

**Образец оформлений статьи**

**Бугаева И.В. (РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева)**

**Латиница vs. кириллица:**

**роль графики в позиционировании брендов в России**

Статья посвящена описанию результатов экспериментального исследования восприятия и оценки брендов, использующих в своей номинации заимствованные слова или неологизмы на латинской и/или кириллической графике.

*Ключевые слова*: латиница, кириллица, имя бренда, удовлетворенность брендом, имитация бренда.

УДК 659.4-811.161

Текст. Текст. Проблема рассматривалась в работах ряда исследователей Иванова, Петрова, Сидорова [1; 5; 7]. Текст. Текст. А.П. Иванов пишет: «Текст» [3: 3]. Текст. Текст.

**Список литературы**

1. *Анненкова И.В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. - М.: Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 2011. – 392 с.
2. *Антонова Н.В., Кумар А.* Имидж бренда и удовлетворенность брендом как факторы лояльности к бренду // Экономическая психология и перспективы развития: XV Межд. научно-практич. конференция. СПб.: ЗАО ИМЦ «Наука высшей школы», 2015. – С. 25-29.
3. *Кожанова В.Ю*. Лингвистические основы наименования брендов (на примере английского и русского языков): Автореф. дис. … канд. филол. наук. - Краснодар, 2007. – 20 с.

**Bugaeva I.V.**

**Latin vs. cyrillic: the role of graphics in the positioning of brands in Russia**

The report describes the results of an experimental study of the perception and evaluation of brands using borrowed words or neologisms on their Latin and/or Cyrillic graphics in their nomination.

*Key words*: Latin, Cyrillic, brand name, brand satisfaction, brand imitation.

**Образец оформления сведений об авторе (для студентов и магистрантов)**

 **Иванова М.П. (РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева)**

**Научн. рук. д.ф.н. проф. Бугаева И.В.**

Оргкомитет конференции

*Ж.-Ф. Флао,* Европейский институт PR (IEERP) - председатель

*А.Д. Кривоносов*, д. филол. н. проф., зав. каф. коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ;

*Т.Ю. Лебедева*, д. филол. н., проф. руководитель международных программ Европейского института PR, Париж;

*А.В. Пряхина,* к. филос. н., доц., доц. каф. коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ;

*А.А. Смирнова,* ассистент СПбГЭУ;

*М.Г. Шилина,* д. филол. н. проф. каф. рекламы, связей с общественностью и дизайна РЭУ им. Г.В. Плеханова

*А.Ю. Бомбин.* ассистент СПбГЭУ, ученый секретарь.