



## *Информационное письмо*

Санкт-Петербургский государственный экономический университет  
Европейский институт публич рилейшнз (Париж, Франция)  
Государственный музей истории Санкт-Петербурга

*проводят*

7-8 апреля 2025 года

**Международную научно-практическую конференцию**

### **«ИСТОРИЯ ПУБЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ИНСТИТУТЫ, ПЕРСОНАЛИИ, ПРАКТИКИ»**

#### **Тематика конференции:**

- История и периодизация публичных коммуникаций.
- Проблема периодизации рекламы и связей с общественностью.
- Практики публичных коммуникаций в Античности, Средних веках, Новое время как протоформы публич рилейшнз.
- Формы рекламы в Античности и Средние века, Новое время
- Роль научно-технического прогресса в развитии рекламы и PR
- Первые рекламные кампании и коммуникационные агентства в США, Европе и России
- Реклама в России: историческое своеобразие
- Региональный опыт российской рекламы и PR в постсоветское время
- История рекламы и PR через призму истории искусства
- Формирование публич рилейшнз как социального института: мировые и российская практики.

#### **ПРИМЕРНАЯ ПРОГРАММА**

*7 апреля*

Законодательное собрание Санкт-Петербурга

9:40 – Регистрация

10:00 – Открытие. Пленарное заседание.

Экскурсия по Мариинскому дворцу

14:00 – СПбГЭУ. Секционное заседание

*8 апреля*

Государственный музей истории Санкт-Петербурга (Петропавловская крепость)

10:00 – Секционное заседание

Экскурсия. Мастер-класс

К участию приглашаются практикующие специалисты, вузовские исследователи, аспиранты, магистранты и студенты направлений подготовки «Реклама и связи с общественностью», «История», «Искусствоведение», «Издательское дело», «Культурология» и др. Приветствуются доклады, построенные на основе впервые введенных в научный оборот архивных материалов.

Предполагается издание материалов конференции (РИНЦ) до начала конференции (СПбГЭУ).

Условия оформления материалов конференции: шрифт Times New Roman, 14 кегль, одинарный интервал: УДК публикации; автор, название материалов, текст. Шрифт Times New Roman, 12 кегль, одинарный интервал: аннотация и ключевые слова, сноски затекстовые по алфавиту авторов (не более пяти, самоцитирование не более одной); аннотация и ключевые слова на английском языках. Объем — до *четырёх* страниц А4, включая список использованных источников.

Аннотация (не более 5 строк) должна содержать информацию о представляемой в докладе проблеме и перспективах ее решения (кратких выводах). Ключевые слова (не более 5) должны отражать тематику направлений работы конференции. Опция «Добавить интервал после абзаца» должна быть отключена. *Статьи принимаются исключительно в расширении MS Word 97-2003 – .doc.* Материалы молодых ученых (магистрантов и студентов) принимаются только в соавторстве с научным руководителем.

Тексты лучших докладов, одобренные оргкомитетом, будут предложены к публикации в виде статей в журналах, рекомендованных ВАК.

Внимание: оргкомитет вправе **отказать в приеме заявки** при выборе темы, не соответствующей тематике конференции, наличии аннотации исключительно констатирующего характера, ключевых слов, не отражающих направления работы конференции, и **в приеме публикации** при несоблюдении правил оформления, превышения допустимого объема.

Подача заявки и загрузка материалов (научных статей) производится только через официальную страницу конференции: <https://unecon.ru/conf-hpc> с 15 января по 9 марта 2025 года (то есть до 23:59 9 марта). Заявки, требующие корректировки и высланные в последние два дня приема – 8 и 9 марта, на доработку не принимаются, оргкомитет не вступает в дискуссию с авторами по данному поводу.

Файл с текстом научной статьи должен быть озаглавлен по следующему примеру: **НРС25\_IvanovIvan\_article.**

Уважаемые участники! При нажатии кнопки «Отправить заявку», расположенной на официальном сайте конференции, Вы даете свое согласие на обработку персональных данных Оргкомитетом.

### **Организационный комитет конференции:**

*Председатель* – ГОРБАШКО Е. А. проректор по научной работе СПбГЭУ, профессор;

*Заместители председателя:*

КРИВОНОСОВ А. Д. – заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ, профессор;

КАРПЕНКО И. А. – зам. генерального директора по просветительской деятельности Государственного музея истории Санкт-Петербурга;

ЛЕБЕДЕВА Т. Ю. – профессор, директор международных программ Европейского института PR (Париж, Франция);

*Члены оргкомитета:*

БОМБИН А.Ю. – ст. преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ, отв. секретарь конференции;

КАРМАЛОВА Е.Ю. – профессор кафедры рекламы и связей с общественностью СПбГЭУ;

СКВОРЦОВ А.М. – кан. истор. наук, доцент, научный сотрудник отдела всеобщей истории Санкт-Петербургского института истории РАН;

СТЕПАНОВ В.Н. – профессор, проректор по управлению знаниями Академии МУБиНТ (Ярославль);

СМИРНОВА А.А. – ассистент кафедры рекламы и связей с общественностью, зам. декана Гуманитарного факультета СПбГЭУ.

### **Контакты:**

страница конференции – <https://unecon.ru/conf-hpc>

e-mail конференции – [conference.cdt@gmail.com](mailto:conference.cdt@gmail.com)

## ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

УДК 659.4

пропуск строки

### Развитие рекламы в Европе в XX веке

пропуск строки

Иванова Мария Григорьевна

Профессор, Санкт-Петербургский государственный экономический университет,

SPIN-код: 1234-8793, ORCID 0000-0004-7613-188X, ivanova.m@unecon.ru

выравнивание по правому краю

пропуск строки

Аннотация. Текст. Текст. Текст.

Ключевые слова (без пропуска строки): текст, текст, текст.

Текст статьи [1], [2: 55].

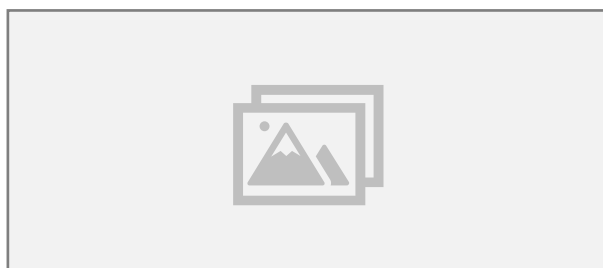


Рисунок 1 – Наименование рисунка

Текст [3]. Текст.

Таблица 1 – Наименование таблицы

Наименование	Наименование	Наименование	Наименование
Текст	Текст	Текст	Текст
	Текст	Текст	Текст
	...	...	...
Текст	...	...	...
Текст	...	...	...

Текст. Текст [3: 256].

#### Список источников

1. Индекс цифровой грамотности россиян. РОЦИТ, 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://цифроваяграмотность.рф/mindex/2017/> (Дата обращения: 23.12.2022).

2. Шилина М.Г. Big Data: данные и модели коммуникации нового формата в инфопространстве цифровой экономики России. К вопросу формирования концептуальной рамки исследования // МедиаАльманах. – 2018. – № 1. - С. 15-20. – EDN VFUMWG.

3. Anholt, S. (2007) Competitive Identity: the new Brand Management for Nations and Regions. Palgrave, Macmillan.