



Информационное письмо

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Кафедра коммуникационных технологий и связей с общественностью
ЕВРОПЕЙСКИЙ ИНСТИТУТ PR (IEERP)

проводят

1-2 марта 2021 года

VII Международную научно-практическую конференцию

«БРЕНДИНГ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ XXI ВЕКА»

VII Международная научно-практическая конференция «Брендинг как коммуникационная технология XXI века» делает акцент на инновационных стратегиях и технологиях в управлениях брендом как нематериальным активом, на роли сетевых коммуникаций, на практическом консалтинге и экспертной работе в брендинге. Центральная проблема – коммуникации и коммуникационные технологии в построении эффективного бренда в бизнесе.

Тематика конференции охватывает спектр традиционных для конференции тем:

- Брендинг в бизнесе;
- Форматы и технологии сетевых коммуникаций в брендинге;
- Брендинг в социокультурной сфере;
- Территориальный брендинг;
- Лингвистическое сопровождение брендинга
- Психологические аспекты брендинга.

К участию приглашаются практикующие специалисты, преподаватели и аспиранты, магистранты направлений подготовки «Реклама и связи с общественностью», «Маркетинг», «Журналистика». Планируется секция молодых исследователей.

Конференция будет проведена в онлайн формате. Предусматривается пленарное и

секционные заседания, секция молодых ученых и участие в виде стендового доклада.

Принимаются материалы на русском и европейских языках.

Предполагается издание сборника с материалами конференции (РИНЦ) до начала конференции.

Условия оформления: основной текст – шрифт Times New Roman, 14 кегль, одинарный интервал, поля – 2 см, абзацный отступ – 1,25 см, список литературы – 12 кегль; сноски затекстовые по алфавиту авторов; УДК публикации; аннотация (до 10 строк) и ключевые слова (до 5) на русском и английском языках. Объем — до трех страниц А4, включая список литературы.

Загрузка материалов (научных статей) производится только через официальный сайт конференции с 25 декабря 2020 года по 1 февраля 2021 года.

Предусмотрена секция молодых ученых (магистрантов и студентов). При оформлении материалов под фамилией автора указываются сведения о научном руководителе, например: Науч. рук. канд. социол. наук доц. Иванова П.Г., без выделения полужирным.

Файл с текстом научной статьи должен быть озаглавлен по следующему примеру: *Ivanov_article*.

Уважаемые участники! Обратите внимание на то, что подписывать «Соглашение на обработку персональных данных» и отправлять в Оргкомитет не нужно. Потому как при нажатии кнопки «Отправить заявку», расположенной на официальном сайте конференции, Вы автоматически даете свое согласие на обработку персональных данных Оргкомитетом.

Сайт конференции: conf.branding.tilda.ws

Оргкомитет вправе отказать в публикации при выборе темы, не соответствующей тематике конференции, и несоблюдении правил оформления. Обращаем внимание исследователей, что рассматривается исключительно коммуникационная тематика брендинга.

Контакты:

e-mail конференции – conf.branding@gmail.com

e-mail сопредседателя конференции (Кривоносов А.Д.) – krivonosov.a@unecon.ru

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

Шилина М.Г. (РЭУ им. Г.В. Плеханова)

Инновационные стратегии брендинга России в условиях вызовов цифровой экономики

Стратегия развития цифровой экономики России (2017-2025), технико-технологические и социальные предпосылки в условиях патерналистской господдержки априорно позволят формировать инновационный брендинг «цифровой России», однако сначала требуется создать программу коммуникационной поддержки модернизации в РФ в условиях data driven технологий.

Ключевые слова: цифровая экономика, датификация, брендинг страны, Россия, коммуникативное пространство.

УДК 659.4

Страновой брендинг в условиях вызовов цифровой эпохи существенно трансформируется: современная цифровизация в формате датификации становится условием радикальных изменений стратегий развития экономики и социума ведущих мировых держав [1, 2] – и классических правил и инструментов создания и продвижения образа государства [3].

Текст. Текст. Текст [3, с. 5].

Литература

1. Индекс цифровой грамотности россиян. РОЦИТ, 2017. [Электронный ресурс]. – URL: <http://цифроваяграмотность.рф/mindex/2017/> (дата обращения: 15.12.2018).
2. Шилина М.Г. Big Data: данные и модели коммуникации нового формата в инфопространстве цифровой экономики России. К вопросу формирования концептуальной рамки исследования // МедиаАльманах. – М.: МГУ, 2018. – № 1. - С. 15-20.
3. Anholt, S. (2007) Competitive Identity: the new Brand Management for Nations and Regions. Palgrave, Macmillan.

Shilina M.G.

Innovative strategies of branding of Russia within challenges of the digital economy

The strategy of the development of the digital economy of Russia (2017-2025), technical and technological and social preconditions within the paternalistic state support a priori will allow an innovative branding of "digital Russia". However, it is required to create a program of communication support for modernization in the Russian Federation in terms of data driven technologies.

Keywords: digital economy, dating, branding of the country, Russia, communicative space.