**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО**

|  |  |
| --- | --- |
| http://www.sziu.ru/static/images/logo_sziu.png | **http://www.sziu.ru/media/uploads/5.07/label_medium.jpg** |

**Уважаемые коллеги!**

*Кафедра журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий*

*Президентской академии*

проводит

**ВСЕРОССИЙСКУЮ СТУДЕНЧЕСКУЮ НАУЧНУЮ КОНФЕРЕНЦИЮ**

**«Консалтинг и репутационный менеджмент в контексте рекламы и связей с общественностью».**

Конференция пройдет ***22 марта 2019 года*** в Северо-Западном институте управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы (СЗИУ РАНХиГС) при Президенте Российской Федерации.

*Работа конференции планируется в формате тренингов, мотивационных игр и научных дискуссий на факультете социальных технологий (ФСТ СЗИУ РАНХиГС)*.

**Цель конференции** – разработка трендовых направлений развития коммуникационного консалтинга и репутационного менеджмента в контексте рекламы и связей с общественностью в России.

**Основные задачи конференции:**
- осмыслить репутационные стратегии и тактики в политике и бизнесе;
- обобщить опыт специалистов-практиков в сфере коммуникационного консалтинга, репутационного менеджмента, рекламы и связей с общественностью.
- выявить основные проблемы рекламы и связей с общественностью в сфере консалтинга и репутационного менеджмента.

В рамках конференции работа **пленарного заседания 10.00-12.00**, на которое будут приглашены ведущие практики в области репутационного менеджмента: Денис Терехов (SNMG, Москва), Никита Федоров (Аэрофлот, Санкт-Петербург). Екатерина Ключникова (ПАО Кировский завод, Санкт-Петербург).

**ПО ПРОЙДЕННЫМ ТРЕНИНГАМ ВЫДАЕТСЯ СЕРТИФИКАТ**

**«УЧАСТНИК ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ»**

**НАЧАЛО РАБОТЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ В 14.00**

Планируется работа четырех секций

***14.10 – 15.40 Секция 1. «Практика. Кейсы»*** - выпускники СЗИУ РАНХиГС и приглашенные спикеры из ведущих рекламных агентств города поделятся опытом реализации конкретных проектов. (агентство Izobar, ПАО Газпром РегионГаз СПб, Единый Центр Документов, строительная компания «Главстрой Санкт-Петербург», Брэндсон). **Ведущий секции**: руководитель SMM-отдела INO Group Олеся Муслимова,

***14.10-15.40 Секция 2. «Научная. Актуальные исследования репутации»*** - выступления студентов с докладами. **Научные руководители:** доцент Низовцева Н.Ф.; доцент Сосновская А.М.; доцент Левина С.А., доцент П.А. Раменский, доцент Е.М. Пак.

***15.40 – 17.00 Секция 3. «Обзор рекламных роликов международных фестивалей»***

Просмотр рекламных роликов с комментариями от экспертов: разбор инструментов, технологий, приёмов. **Ведущие секции:** Ринат Ганцев, креативный директор брендингового агентства «Пронэйм»; Инна Дружинина, РА «GALSTUKI».

 ***15.40 – 17.00 Секция 4.*** «***Экспертный консалтинг»*** - приглашенные HR-специалисты компаний проведут мастер-классы, профориентационные тесты для студентов. У каждого участника секции будет возможность получить бесплатную консультацию от специалистов. **Ведущие секции**: Валерий Чебеков (политконсультант(РАПК) и Евгения Тахтабаева (ПАО «Кировский завод»)

**17.00 – 18.00 – свободное общение студентов и представителей агентств**

**Примерная тематика научных докладов для студентов**

**направлений подготовки “Реклама и связи с общественностью”, “Журналистика” и «Экономики».**

**Благотворительность** как технология формирования паблисити;

**Внутрикорпоративные коммуникации и корпоративные медиа;**

Коммуникационный консалтинг в системе государственной власти и общественных организаций;

Концептуальные основы репутационного менеджмента;

Копирайтинг. Искусство текстовой коммуникации;

**Корпоративная социальная ответственность**;

Организация публичных мероприятий;

**Продвижение государственных, общественных и социальных программ;**

**Развитие и продвижение территорий;**

Управление репутацией компании в сфере интернет;

Эволюция блогерского контента;

Экономическая безопасность

Мониторинг открытых источников, как инструмент репутационного менеджмента

Эволюция социальных сетей: как меняются Digital-инструменты и формируют новые привычки у пользователей и др.

**Критерии определения допустимости/недопустимости и правомерности/неправомерности использования журналистами и другими авторами материалов тех или иных языковых форм передачи информации;**

**Анализ основных понятий — защита чести и достоинства, клевета, оскорбление, личная и деловая репутация;**

**Изложение факта и его оценка;**

**Понятие деловой репутации в журналистике;**

**Понятие престижа в журналистике;**

**Трактовка унижения чести и достоинства;**

 **Образ события в газете и на ТВ;**

**Операциональные критерии события;**

 **Критерии нецензурности речи или текста;**

 Методы опровержения порочащих сведений.

**По результатам конференции предполагается издание электронного сборника материалов.**
Для участия в конференции необходимо в срок **20.03.2019** года прислать по электронной почте вложенным файлом:
– заявку участника;
– тезисы докладов в формате Word вложенным файлом.

Все материалы направляются по электронному адресу: ***nikitag@bk.ru***

***Оргкомитет конференции:***

1. *Ким М.Н. –сопредседатель, д.ф.н., зав. кафедрой журналистики и медиакоммуникаций*
2. *Нещерет А.К. – сопредседатель, к.э.н., зав. кафедрой менеджмента*
3. *Гришанин Н.В. – зам. председателя, к. культурологии, доцент* *кафедры журналистики и медиакоммуникаций*
4. *Сосновская А.М. - доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, к. ф.н.*
5. *Левина С.А. - доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, к. с.н.*
6. *Раменский П.А - доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций, к. филос.н.*
7. *Любецкая Анна, студентка 4 курса «РиСО»*
8. *Степанова Екатерина, студентка 4 курса «Журналистика»*
9. *Меликян Л.О., спциалист кафедры журналистики и медиакоммуникаций*

***По всем вопросам просьба обращаться к представителю оргкомитета Гришанину Никите Владимировичу***

***(grishanin-nv@ranepa.ru)***

**Контактная информация**

Адрес места проведения: г. Санкт-Петербург, ул. Черняховского, д 6/10.

**Заявка**

Ф.И.О.: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Место учебы: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Факультет, курс, группа: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Е-mail: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Контактный телефон: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Название доклада \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. научного руководителя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Должность, ученая степень,

ученое звание

научного руководителя: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Требования к оформлению материалов**

***1. Обязательные элементы публикации:***

1. Фамилия и инициалы автора (соавторов) на русском и английском языках.
2. Название статьи на русском и английском языках.
3. Основная часть (текст статьи) от 12 до 32 тыс. печатных знаков с пробелами.
4. Затекстовые библиографические ссылки (вынесенные за текст документа и оформленные как список использованной литературы в алфавитном порядке).
5. Аннотации на русском и английском языках, раскрывающие основное содержание статьи (не более 200-250 слов).
6. Ключевые слова (от 5 до 10) на русском и английском языках (не более 100 знаков включая пробелы)
7. Сведения об авторе (соавторах)

***2. Требования к оформлению материалов:***

1. **Заголовок.** Фамилии и инициалы авторов указываются с правой стороны верхнего угла. Название статьи – посередине страницы, гарнитура Times New Roman, кегль 12, шрифт, полужирный.
2. **Основной текст.** Гарнитура Times New Roman, кегль 12, поля 25 мм со всех сторон, абзацный отступ (красная строка) – 1,25 (не табулятором), межстрочный интервал – 1,5. Принудительная расстановка переносов не применяется. Колонтитулы не создаются.
3. **Иллюстрации.** Рисунки, таблицы, графики, схемы – каждый в отдельном файле.
4. **Ссылки**. Затекстовые, гарнитура Times New Roman, кегль 12, текст ссылок оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 (требования к кратким затекстовым ссылкам).
5. **Объем статьи.** От 12 до 32 тыс. печатных знаков с пробелами.

**Образец оформления материалов**

**Название статьи**

**(на русском языке)**

**Иванов Иван Иванович,** СЗИУ РАНХиГС, факультет государственного и муниципального управления, 4 курс, 1234@mail.ru

**Научный руководитель**

**Петров Петр Петрович,** должность, ученая степень

**Аннотация**

Текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст

**Ключевые слова**

Текст текст текст текст текст текст

**Название статьи**

**(на английском языке)**

**Ivan I. Ivanov,** NWIM RANEPA, The Department of State and Municipal Administration, 4 curriculum, 1234@mail.ru

**Abstract**

Текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст текст

**Keywords**

Текст текст текст текст текст текст

Как показывает мировой опыт устойчивое развитие бизнеса тесно связано с понятием корпоративной социальной ответственности, когда деловая практика базируется на этических ценностях, на уважении к своим сотрудникам, акционерам, потребителям, на заботе об окружающей среде.

Исчерпывающая характеристика становления теории КСО представлена в статье Ю.Е. Благова [1, с. 17-34]. Работы таких авторов, как Г. Боуен, К. Девис, Р. Бломстром, Дж. МакГуир, С. Сети, А. Керолл, сформировали теоретическую основу и принципы исследования корпоративной социальной ответственности.

Список литературы

1. Благов Ю.Е. Концепция корпоративной социальной ответственности и стратегическое управление // Российский журнал менеджмента. 2004. № 2 (3). С. 15-48.