

Запрошення на конференцію Вам буде надіслано після отримання оргкомітетом тез доповіді конференції та платіжного документа про сплату організаційного внеску.

Оплата за участь у конференції становить 250 грн. Публікація тез доповідей без участі у конференції становить 150 грн.

За рахунок організаційних внесків фінансуються витрати, пов'язані з організацією конференції та публікацією Збірника тез доповідей.

Платіжні реквізити для сплати організаційного внеску:
Київський національний торговельно-економічний університет

р/р UA158201720313271001201016398
в ДКСУ у м. Києві
МФО 820172
Код ЄДРПОУ 01566117
Код платежу 25010100
Призначення платежу: за участь (ПБ)
у конференції **“Журналістика та реклама: вектори взаємодії”**

Без попередньої оплати матеріали не будуть розглядатися Оргкомітетом

Координатори конференції від Київського національного торговельно-економічного університету:

Лісун Яніна Вікторівна
к. е. н., доц.,
в.о. завідувача кафедри журналістики та реклами

тел.: 531 - 31 - 46
тел.: +38 (050) 240-16-35

Файвішенко Діана Сергіївна
доцент кафедри журналістики та реклами

тел.: +38 (050) 908-48-10

Гамова Ірина В'ячеславівна
доцент кафедри журналістики та реклами

E-mail: mediacon@knute.edu.ua
y.lisun@knute.edu.ua
@jr.knute

Більш детальна інформація на сайті

[@knute_news](http://www.knute.edu.ua)



ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЛИСТ
Київський національний
торговельно-економічний
університет

оголошує про проведення
II Міжнародної науково-практичної
конференції

“Журналістика та реклама:
вектори взаємодії”

19 березня 2020 р.

м. Київ

Шановні колеги!

19 березня 2020 року в Київському національному торговельно-економічному університеті відбудеться II Міжнародна науково-практична конференція “Журналістика та реклама: вектори взаємодії”.

На конференції передбачається робота за такими напрямками:

- Наукові підходи до визначення медіалогії
- Інформаційно-цифровий простір
- Етичні норми та принципи в медіа середовищі
- Формування медіа компетентності фахівців у сфері журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю
- Рекламна діяльність в Україні та світі
- Глобальні виклики у формуванні громадської думки
- Інноваційні підходи до формування репутаційних дивідендів

Для участі у конференції запрошуються вчені, фахівці у сфері журналістики та реклами, науковці вищих навчальних закладів, представники вітчизняних та міжнародних громадських організацій журналістів та рекламистів.

Бажаючих взяти участь у конференції просимо надіслати до 02 березня 2020 р. тези доповідей та копію платіжного документа про сплату оргвнеску на електронну пошту:

mediacon@knu.edu.ua

відповідальний секретар

Юсупова Ольга Володимирівна

Визначені оргкомітетом кращі доповіді учасників конференції будуть рекомендовані до друку в журналі „Вісник КНТЕУ”, що є фаховим за постановою ВАК України.

Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції „Журналістика та реклама: вектори взаємодії” будуть розміщені на сайті лабораторії дистанційного навчання Київського національного торговельно-економічного університету www.ldn.knteu.kiev.ua

Вимоги до оформлення тез доповідей

Тези доповіді II Міжнародної науково-практичної конференції „Журналістика та реклама: вектори взаємодії” подаються українською, англійською мовами для авторів із зарубіжних країн, набрані в редакторі Microsoft Word (шрифт „Times New Roman”, кегль – 14, інтервал – 1,0; формули – у редакторі Equation). Поля: справа та зліва – 25 мм, зверху – 25 мм; відстань від краю до колонцифри (номера сторінки) знизу – 20 мм. Обсяг тез доповіді – до 3 сторінок.

Структура тексту:

- 1 – напрямок конференції;
- 2 - назва тез доповіді (великі літери, жирний шрифт, по центру, кегль - 14);
- 3 - прізвище та ініціали автора (не більше двох) (жирний шрифт, зліва, кегль - 14);
- 4 - відомості про автора (вчене звання повністю, вчена ступінь, місце роботи/навчання) (звичайний шрифт, зліва, кегль - 14, без виділення);
- 5 - ключові слова: мовою тез / переклад на англійську мову (кегль - 12);
- 6 – текст;
- 7 - обов'язково список використаних джерел (жирний шрифт, по ширині, кегль - 14).
- 8 - адреса (для листування), телефон, e-mail.

Приклад оформлення тез:

Секція: Рекламна діяльність в Україні та світі

РЕКЛАМА В КОНВЕРГЕНТНИХ МЕДІА

Іванова А.В.

к.е.н. доцент кафедри журналістики та реклами КНТЕУ м. Київ, Україна

Ключові слова: рекламна діяльність підприємства, рекламна кампанія, управління рекламним процесом.

Keywords: advertising company, advertising campaign, advertising management process.

Текст, текст, текст, текст... [1, с. 115].

Список використаних джерел

1. Обсяг ринку медійної інтернет-реклами. [Електронний ресурс]. / Інтернет Асоціація України. - 2017. - Режим доступу: <https://inau.ua/news/obem-rynka-medyynoy-ynternet-reklamy-vyros-na-42>.
2. Іванілов О.С. Планування рекламної діяльності підприємства. / О.С. Іванілов. - К.: КНТЕУ, 2018. - 565 с.

Адреса, телефон, e-mail.

Рукописи, оформлені без врахування вищевказаних вимог, оргкомітетом не розглядатимуться