

**Міністерство освіти і науки України  
Державний торговельно-економічний університет**

**Паризька школа бізнесу (Франція)  
Гуманітарно-економічна академія в Лодзі (Польща)  
Бельско-Бялска школа фінансів та права (Польща)  
Британський університет в Дубаї (ОАЕ)  
Університет Мануби (Туніс)  
Науково-дослідна лабораторія «ThEMA» (Туніс)  
Науково-дослідна лабораторія «Клуб лідерів» (Марокко)  
Manisa Celal Bayar University (Туреччина)  
L. N. Gumilyov Eurasian National University (Казakhstan)  
International research education and training center (Estonia)  
Yerevan State University (Armenia)  
Comenius University in Bratislava (Slovakia)  
Polonia university in Czestochowa (Poland)  
Bielsko-Biala School of Finance and Law (Poland)  
University of Zielona Góra (Poland)  
Academy of the Hebrew Language (Israel)  
Aix-Marseille University (France)  
British University in Dubai (OAE)  
University of Gothenburg (Sweden)**

**ДЕРЖАВНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ**



**STATE UNIVERSITY  
OF TRADE  
AND ECONOMICS**



## **V Міжнародна науково-практична конференція «Журналістика та реклама: вектори взаємодії»**

**22 березня 2023** року у Державному торговельно-економічному університеті у форматі онлайн відбудеться **V Міжнародна науково-практична конференція «Журналістика та реклама: вектори взаємодії»**, присвячена питанням інтеграції журналістики, реклами та PR-технологій.

### **ОСНОВНІ НАПРЯМИ КОНФЕРЕНЦІЇ**

- Міжнародні та європейські формати медіаосвіти
- Наукові підходи до медіалогії
- Журналістика, реклама та PR: гендерна чутливість
- Глобальні виклики у формуванні громадської думки
- Інноваційні підходи до формування репутаційних дивідендів та монетизація медійних платформ
- Рекламний аудіовідеоконтент
- Travel-журналістика
- Етичні норми та принципи в медіасередовищі
- Питання миру і війни у медіалогічних студіях

До участі у конференції запрошуються вчені, фахівці у сфері журналістики та реклами, науковці закладів вищої освіти, практики в сфері PR-комунікацій, представники вітчизняних та міжнародних громадських організацій журналістів та рекламистів.

### **УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ**

- Для участі необхідно зареєструватися [за посиланням](#)
- Надіслати до **01.03.2023** тези доповідей та копію платіжного документа про сплату оргвнеску на електронну пошту **jr.mediacon@knote.edu.ua**
- Не пізніше **21 березня** Вам буде надіслано посилання на Zoom-конференцію
- Всі учасники конференції отримають електронний сертифікат.
- За рахунок організаційних внесків фінансуються витрати, пов'язані з організацією конференції та публікацією електронного збірника тез доповідей.
- Збірник тез доповідей та програму конференції буде опубліковано на сайті ДТЕУ до **27.03.2023 р.**

## Платіжні реквізити для сплати організаційного внеску

Код ЄДРПОУ	44470624
Рахунок	UA958201720313281001201048699
Код платежу	25010100
Призначення платежу	За участь у конференції «Журналістика та реклама», ПІБ першого автора
Вартість	250 грн.

### ВИМОГИ ДО МАТЕРІАЛІВ

Назва файлу повинна відповідати прізвищу **першого автора** матеріалів (Іванов\_тези).

Матеріали приймаються у форматі документа Microsoft Word.

Мова написання тез: українська, англійська.

Обсяг тез доповіді – повні 3-4 сторінки.

#### **Основні вимоги:**

орієнтація сторінки книжна, форматування – по ширині;

поля документа: справа та зліва – 25 мм, зверху та знизу – 20 мм;

шрифт – Times New Roman 14; інтервал – 1,0;

формули – у редакторі Equation;

рисунок – згруповані.

#### **Структура тексту:**

1 – назва тез доповіді (жирний шрифт, по центру);

3 – прізвище та ініціали авторів (не більше трьох жирним шрифтом, зліва);

4 – відомості про авторів (науковий ступінь, вчене звання, місце роботи/навчання повністю) (зліва, кегль – 14, без виділення);

5 – ключові слова: мовою тез / переклад англійською мовою;

6 – текст;

7 – список використаних джерел.

## ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ ТЕЗ

### Реклама в конвергентних медіа

**Алданькова Г. В.**

канд. екон. наук., доцент  
кафедра журналістики та реклами

**Іванов В. А.**

д-р. екон. наук., професор  
кафедра товарознавства, управління безпечністю та якістю  
*Державний торговельно-економічний університет, Україна*

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

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

Текст, текст, текст, текст... [2, с. 115].

### Список використаних джерел

1. Обсяг ринку медійної інтернет-реклами. – Інтернет Асоціація України. – 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://inau.ua/news/obem-rynka-meduynoy-unternet-reklamy-vyros-na-42>
2. Іванілов О. С. Планування рекламної діяльності підприємства. / О. С. Іванілов. – Київ: КНТЕУ, 2020. – 565 с.

*Рукописи, оформлені без урахування зазначених вище вимог, оргкомітетом не розглядатимуться*

## **КООРДИНАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ ВІД ДТЕУ**

***Файвішенко Діана Сергіївна,***

завідувач кафедри журналістики та реклами

тел.: +38 (050) 908 48 10

***Лісун Яніна Вікторівна,***

докторант кафедри журналістики та реклами

тел.: +38 (050) 240 16 35

Відповідальний секретар –

***Юсупова Ольга Володимирівна***

доцент кафедри журналістики та реклами

**Докладніша інформація на сайті:**

**[knute.edu.ua](http://knute.edu.ua)**