

Міністерство освіти і науки України

Київський національний торговельно-економічний університет  
Паризька школа бізнесу (Франція)  
Жешувський політехнічний університет (Польща)  
Бельско-Бялска школа фінансів та права (Польща)  
Британський університет в Дубаї (ОАЕ)  
Університет Мануби (Туніс)

الجامعة  
البريطانية في  
دبي



The  
British University  
in Dubai



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ



RZESZOW UNIVERSITY  
OF TECHNOLOGY



Paris  
School of  
Business



Wyższa Szkoła Finansów i Prawa  
w Bielsku-Białej

### III Міжнародна науково-практична конференція

## «ЖУРНАЛІСТИКА ТА РЕКЛАМА: ВЕКТОРИ ВЗАЄМОДІЇ»



ЯКІСТЬ • ПРОФЕСІОНАЛІЗМ • ТРАДИЦІЇ

24 березня 2021 р.  
м. Київ

24 березня 2021 року в Київському національному торговельно-економічному університеті у форматі онлайн відбудеться III Міжнародна науково-практична конференція з питань інтеграції журналістики, реклами та PR-технологій.

На конференції передбачається робота за такими напрямками:

- Наукові підходи до медіалогії
- Провідні технології створення медійних каналів та продуктів
- Дослідження ринку діджитал-медіа
- Рекламні технології у просуванні цифрового контенту
- Медіа компетентність фахівців у сфері журналістики та реклами
- Брендинг журналіста в цифровому інтерактивному середовищі
- Етичні норми в медіа середовищі та інформаційному суспільстві

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

## УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЇ БЕЗКОШТОВНА

- Для участі необхідно зареєструватися за посиланням [bit.ly/2YO1fas](http://bit.ly/2YO1fas)
- Після отримання заявки на участь, Вам буде надіслано посилання на Zoom-конференцію до **19.03.2021 р.**
- Бажаючих взяти участь у конференції просимо надіслати до **15.03.2021 р.** тези доповідей на електронну пошту: [mediacon@knute.edu.ua](mailto:mediacon@knute.edu.ua)
- Всі учасники конференції отримають електронний сертифікат.
- Збірник тез доповідей та програму конференції буде опубліковано на сайті КНТЕУ до **30.03.2021 р.**

## ВИМОГИ ДО МАТЕРІАЛІВ

- Назва файлу повинна відповідати прізвищу першого автора матеріалів (Іванов\_тези)
- Матеріали приймаються у форматі документу Microsoft Word
- Мова написання тез: українська, англійська
- Обсяг тез доповіді – повні 3-4 сторінки

### Основні вимоги:

- орієнтація сторінки книжна
- поля документа: справа та зліва – 25 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм
- шрифт Times New Roman 14; інтервал – 1,0
- формули – у редакторі Equation

### Структура тексту:

- 1 – напрямок конференції (по центру, кегль – 14, без виділення)
- 2 – назва тез доповіді (жирний шрифт, по центру)
- 3 – прізвище та ініціали авторів (не більше двох) (жирний шрифт, зліва, кегль 14)
- 4 – відомості про авторів (наукова ступінь, вчене звання, місце роботи/навчання повністю) (зліва, кегль – 14, без виділення)
- 5 – ключові слова: мовою тез / переклад на англійську мову (кегль – 14)
- 6 – текст (по ширині, кегль – 14)
- 7 – список використаних джерел (жирний шрифт, по ширині, кегль – 14)

## КООРДИНАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ ВІД КНТЕУ

**Лісун Яніна Вікторівна**

завідувач кафедри журналістики та реклами

тел.: +38 (050) 240-16-35

Відповідальний секретар

**Юсупова Ольга Володимирівна**

доц. кафедри журналістики та реклами

Більш детальна інформація на сайті:

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

За зміст, достовірність наведених фактів та оригінальність тез доповідей автор несе особисту відповідальність



## ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ ТЕЗ

Секція: Провідні технології створення медійних каналів та продуктів

### Реклама в конвергентних медіа

**Іванова А.В.**

к.е.н., доцент

кафедра журналістики та реклами

Київський національний торговельно-економічний університет,

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... [2, с. 115].

### Список використаних джерел

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

*Рукописи, оформлені без врахування вищевказаних вимог, оргкомітетом не розглядатимуться*