

Министерство образования и науки Российской Федерации

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
Высшего профессионального образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)**

Гильдия маркетологов



Информационная поддержка

Финансовый университет, Гильдия Маркетологов, МТПП, СОМАР, НАФИ, РГГУ, РЭУ им. Г.В. Плеханова, РГСУ, ИД «Вузовский учебник» (ИНФРА-М), ИТК «Дашков и К°», ВЭО России

**III МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«МАРКЕТИНГ РОССИИ»**

Москва, 23 октября 2015 г.

***с публикацией статей участников в сборнике научных трудов,
зарегистрированном в РИНЦ и рекомендованном ВАК
Российской Федерации для публикации основных научных
результатов диссертаций на соискание ученой степени доктора
(и кандидата) наук***

Общая информация

Гильдия Маркетологов и Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации приглашают Вас принять участие в **III Международной научно-практической конференции «Маркетинг России» (Москва, 23 октября 2014 г., Ленинградский пр-т, 55, ауд. 213).**

К участию в конференции приглашаются члены Гильдии Маркетологов, молодые ученые, преподаватели, докторанты, аспиранты, соискатели, студенты бакалавриата и магистратуры, специалисты-практики, представляющие бизнес-сообщество и все, кто занимается маркетингом и проявляет интерес к рассматриваемым вопросам. Участие бесплатное (проживание иногородних участников конференции и публикация статей оплачивается отдельно).

По результатам участия в конференции все желающие могут опубликовать свои статьи в сборнике научных трудов, зарегистрированном в РИНЦ и рекомендованном ВАК Российской Федерации для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени доктора (и кандидата) наук, а также получить именной сертификат участника.

Организационный комитет конференции:

Березин Игорь – Президент Гильдии Маркетологов

Карпова Светлана – член Совета Гильдии Маркетологов, зав. кафедрой маркетинга и логистики Финуниверситета, д.э.н., профессор

Розанова Татьяна – член Гильдии Маркетологов, зам. первого проректора по учебной и методической работе Финуниверситета, д.э.н., профессор

Григорьев Николай – член Совета Гильдии Маркетологов, зам. руководителя рабочей группы Общественной Палаты Российской Федерации

Никишкин Валерий – член Совета Гильдии Маркетологов, профессор кафедры маркетинга РЭУ имени Г.В. Плеханова, д.э.н.

Абаев Алан – член Гильдии Маркетологов, зав. кафедрой маркетинга и рекламы РГГУ, д.э.н., профессор

Шматов Максим – член Гильдии Маркетологов, международный эксперт в области маркетинговых коммуникаций и проектного управления

Панюкова Вероника – член Гильдии Маркетологов, доцент кафедры маркетинга и логистики Финуниверситета, к.э.н., доцент

Научные направления работы конференции и круглого стола:

Тема конференции: «Финансово-экономические и социальные аспекты развития городских агломераций»

Основные направления работы конференции:

- ❖ Маркетинг территорий современных городских сообществ.
- ❖ Финансово-экономические аспекты развития городских агломераций.
- ❖ Социально-экономическое развитие современных агломераций.
- ❖ Финансовое обоснование инвестиционной привлекательности регионов.
- ❖ Маркетинг и частно-государственное партнёрство: проблемы и перспективы.
- ❖ Современные направления развития туризма в регионах.

Мероприятия в рамках конференции:

- ❖ пленарное заседание;
- ❖ работа секций: «Банковский и страховой маркетинг: региональный аспект», «Социально-экономические направления регионального развития», «Туризм в регионах»;
- ❖ презентации книг членов Гильдии Маркетологов;
- ❖ выставка-продажа учебной и научной литературы;
- ❖ школа-семинар молодых ученых;
- ❖ неформальное общение с коллегами, представителями бизнес-сообщества, партнерами.

Условия участия в конференции и круглом столе:

1. Работа конференции и круглых столов предусматривает очное и заочное участие. Заочная форма участия заключается в публикации статей участников с последующим распространением сборников трудов авторам.
2. Статьи участников конференции и круглого стола будут опубликованы в сборнике трудов, **рекомендованном ВАК Российской Федерации** для публикации основных научных результатов диссертаций на соискание ученой степени доктора (и кандидата) наук на платной основе.
3. К публикации принимаются только материалы, соответствующие требованиям к оформлению статей.
4. Присланные материалы не рецензируются и не возвращаются.
5. По всем возникающим вопросам Вы можете обращаться в Оргкомитет конференции.

Сроки и порядок проведения конференции и круглого стола:

1. Представление в оргкомитет заполненных заявок (см. *Приложение 1*) на эл. адрес оргкомитета с подтверждением своего участия – **до 12 октября 2015 г. (при очном участии), до 16 октября 2015 г. (при заочном участии)**.
2. Представление в оргкомитет научных статей для публикации – **до 1 ноября 2015 г.**
3. Проведение III Международной научно-практической конференции «Маркетинг России» – **23 октября 2015 г.**
4. Размещение электронной версии сборника трудов по итогам конференции и круглого стола в Интернете – **декабрь 2015 г.**
5. Издание сборников трудов конференции и круглого стола, распространение сборников участникам – **январь 2016 г.**

Требования к оформлению статей:

1. Нижеперечисленные положения соответствуют требованиям к публикациям в научных периодических изданиях, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук (Информационное сообщение Высшей аттестационной комиссии (ВАК) Министерства образования и науки Российской Федерации 45.1-132 от 14.10.2008 г.).
2. Статьи представляются в электронном виде по электронной почте в формате *Word* для *Windows 95* и выше в адрес Организационного комитета конференции и круглого стола.
3. Объем статьи не ограничен, но должен составлять не менее 5 страниц машинописного текста.
4. Автор может опубликовать только одну статью. Количество соавторов 1 статьи не более 3 человек. Количество самоцитирований в статье – не более 3.
5. Название статьи печатается прописными буквами **на русском и английском языках**.
6. После названия статьи должны указываться точные сведения об авторе (ах) **на русском и английском языках** с указанием Ф.И.О, должности, ученой степени, звания, места работы. Если авторы статьи работают в одной организации, указывается одно место работы.
7. После сведений об авторе (ах) должна быть дана краткая (6-8 строк) аннотация содержания статьи **на русском и английском языках**.

8. После аннотации приводиться список ключевых слов, используемых в статье **на русском и английском языках.**

9. Текст статьи печатается через 1,5 интервала с размером шрифта №14, с верхним и нижним полями – 30 мм и с боковыми полями – 20 мм. Тип шрифта – *Times New Roman*.

10. Таблицы и иллюстрации в тексте должны иметь заголовки, на каждую таблицу или иллюстрацию в тексте должна быть соответствующая ссылка. Иллюстрации должны быть сгруппированы и иметь порядковые номера. При написании математических формул, подготовке графиков, диаграмм, блок-схем не допускается применение размера шрифта менее №10. Таблицы размером более 1 страницы не допускаются.

11. Иллюстрации блок-схем, содержащих геометрические фигуры и текст, должны быть выполнены в векторном формате графических файлов. Рекомендуемые программы для создания иллюстраций – *Microsoft Visio, Adobe Illustrator, Corel Draw* всех версий. Составление рисунков инструментами для рисования *Microsoft Word* **не допускается.** К файлу статьи необходимо отдельно приложить графические файлы в любом из следующих векторных форматов: *vsd, ai, cdr, emf, wmf*.

12. Иллюстрации, содержащие растровую графику – фотографии, сложные рисунки и т.п. должны иметь разрешение не менее 300 *dpi*, в противном случае их публикация будет технически невозможна. Цветные иллюстрации должны быть переведены в цветной режим *Grey* (серый) 256 оттенков. Просим обратить внимание, что сложные иллюстрации, имеющие большое число мелких деталей, при верстке сборника, могут полностью изменить свой вид или стать совершенно нечитаемыми. К файлу статьи необходимо отдельно приложить растровые графические файлы в любом из следующих форматов: *jpg, bmp, tif, psd, tga, gif*.

13. Наличие библиографического списка в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования **является обязательным.** Ссылки на библиографический список оформляются сплошной нумерацией по тексту в квадратных скобках. Редакционный совет сборника оставляет за собой право дополнять библиографический список статьи тематическими источниками.

14. После библиографического списка необходимо указать контактную информацию автора (ов) статьи: e-mail и телефон.

15. Образец оформления статьи приведен в *Приложении 2*.

16. Перед отправкой электронные версии материалов необходимо проверить на отсутствие вирусов.

Контактная информация:

Адрес оргкомитета: г. Москва, Проспект Мира, 101, ком. 435 а,б. Финансовый университет, кафедра «Маркетинг и логистика», 8(499)270-22-35/36.

E-mail для справок и представления материалов для публикации с пометкой «Сборник ВАК-2015»: marketing.2015@list.ru

Уважаемые коллеги!

Оргкомитет будет благодарен Вам за распространение данной информации среди студентов, аспирантов, преподавателей университетов, научных работников, бизнес-сообщества, которые могут быть заинтересованы в участии в конференции и круглом столе и публикации материалов.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1**ЗАЯВКА на участие**

в III Международной научно-практической конференции «МАРКЕТИНГ РОССИИ»
от 23.10.2015 г. (Финансовый университет, Гильдия Маркетологов, г. Москва)

Информация	Участник
Фамилия, Имя, Отчество (полностью)	
Место работы (полное официальное наименование организации)	
Должность	
Ученая степень, ученое звание	
Телефон (контактный) / E-mail	
Научное направление работы конференции: - пленарное заседание / название секции	
Форма участия (очная/заочная)	

ЗАЯВКА на публикацию

в сборнике III Международной научно-практической конференции «МАРКЕТИНГ РОССИИ»
от 23.10.2015 г. (Финансовый университет, Гильдия Маркетологов, г. Москва)

Информация	Автор №1	Автор № 2 и т.д.
Фамилия, Имя, Отчество (полностью)		
Место работы (полное официальное наименование организации)		
Должность		
Ученая степень, ученое звание		
Почтовый адрес с указанием индекса (для отправки сборников)		
E-mail / Телефон (рабочий и мобильный)		
Форма участия (очная/заочная)		
Научное направление работы конференции • Маркетинг территорий современных городских сообществ. • Финансово-экономические аспекты развития городских агломераций. • Социально-экономическое развитие современных агломераций. • Финансовое обоснование инвестиционной привлекательности регионов. • Маркетинг и частно-государственное партнёрство: проблемы и перспективы. • Современные направления развития туризма в регионах.		
Название статьи		
Объем статьи (в страницах формата А 4)		
Количество сборников		

ВНИМАНИЕ! Заявки отправляются в электронном виде в формате Word. Файл заявки необходимо назвать следующим образом: «FamiliyaAvtora_Zayavka» или «FamiliyaAvtora1, FamiliyaAvtora2_Zayavka».

ВНИМАНИЕ! Заполненные заявки высылать
до 12 октября 2015 г. (при очном участии),
до 16 октября 2015 г. (при заочном участии)
по электронному адресу оргкомитета конференции
(marketing.2015@list.ru) с пометкой «Сборник ВАК 2015»

Образец оформления статьи для публикации в сборнике трудов
III Международной научно-практической конференции
«МАРКЕТИНГ РОССИИ»

**СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ
МАРКЕТИНГОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ**

**STRUCTURAL AND FUNCTIONAL ANALYSIS OF MODELS
OF MARKETING INFORMATION SYSTEMS**

И.И. ИВАНОВ, канд. экон. наук, доцент,
заместитель заведующего кафедрой «Маркетинг»
«МАТИ» – РГТУ имени К.Э. Циолковского

I.I. IVANOV, Ph. D., Associate professor,
Deputy Head of Marketing Department
“MATI” – RSTU named after K.E. Tsiolkovsky

Аннотация

В статье определяется роль маркетинговой информационной системы (МИС) в рыночной и управленческой деятельности современных организаций. Выявляются тенденции и направления развития теории и практики применения МИС. Проводится структурно-функциональный анализ существующих моделей МИС, указываются их преимущества и недостатки. В заключении формулируются основные направления развития методологии МИС.

Abstract

The article defines the role of marketing information system (MIS) in the marketing and management activity of modern organizations. The article also identifies trends and directions of the development of theory and practice of marketing information systems. The article analyzes structure and functions of existing models of marketing information systems, their advantages and disadvantages. The final part of the article formulates basic directions of development of methodology of marketing information systems.

Ключевые слова: маркетинговая информационная система; маркетинговая информация; модель маркетинговой информационной системы; структура маркетинговой информационной системы; функции маркетинговой информационной системы.

Keywords: marketing information system; marketing information; model of marketing information system; structure of marketing information system; functions of the marketing information systems.

ВНИМАНИЕ! Статьи высылать до 1 ноября 2015 г. по электронному адресу оргкомитета конференции и круглого стола (marketing.2015@list.ru) с пометкой «Сборник ВАК 2015»