|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | Кафедра менеджмента и бизнеса**БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПРОСТРАНСТВ*****III Всероссийская научно-практическая конференция*****19 мая 2022 г.****г. Тюмень** |

*Информационное письмо*

Приглашаем Вас принять участие в III Всероссийской научно-практической конференции «Бренд-менеджмент пространств».

**Цель конференции:** обмен научными идеями и результатами исследований по актуальным проблемам бренд-менеджмента разноуровневых и разномасштабных пространств.

**Целевая аудитория конференции:** студенты, аспиранты, ученые российских вузов и вузов стран ближнего и дальнего зарубежья, специалисты из области брендинга, PR и маркетинга.

**Участие в конференции бесплатное**.

В рамках конференции запланированы работа трех секций и проведение круглого стола, издание сборника статей в электронном формате с размещением в наукометрической базе РИНЦ. Доклады принимаются к участию в конференции после прохождения процедуры рецензирования. Лучшие доклады (статьи) будут опубликованы в журнале «Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования» (включен в список ВАК).

**Секции конференции:**

1. ***Персональный брендинг в бизнесе, политике и индустрии развлечений***

Направления:

* Личностное развитие, имидж, общественное сознание
* Лидеры мнений, технологии и инструментарий создания и продвижения личного бренда
* Социальные сети как площадка развития персонального бренда
* Монетизация и критерии эффективности персонального брендинга
* Экологические аспекты развития личности
1. ***Корпоративный брендинг и репутационный менеджмент в цифровом пространстве***

Направления:

* HR-брендинг
* Идентичность и дифференциация бренда
* Оценка, факторы стоимости и капитал бренда
* Синергия корпоративных и продуктовых брендов
* Бренд-коммуникации
* Корпоративная социальная ответственность и репутация
1. ***Пространственная экономика и бренд-менеджмент территорий***

Направления:

* Пространственное развитие и инвестиционная привлекательность
* Идентичность и конкурентоспособность территорий
* Управление благополучием территорий
* Маркетинг и брендинг туристско-рекреационных территорий

**К конференции приурочен Круглый стол, посвященный 160-летию со дня рождения Петра Аркадьевича Столыпина.** Дата проведения Круглого стола: 14 апреля 2022 года, в день рождения П.А. Столыпина.

**Место проведения конференции и Круглого стола:** г. Тюмень, ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет», Финансово-экономический институт, улица Ленина, д.16.

**Язык конференции:** русский.

**Форма участия в конференции:**

* заочное.

**Для участия в работе конференции необходимо**:

1. Заполнить и отправить заявку на эл. адрес: konferencia.brending@gmail.com до **10 мая 2022 г.** Форма заявки прилагается.

2. Представить полный текст доклада (статьи), оформленный в соответствии с требованиями, на эл. адрес: konferencia.brending@gmail.com до **10 мая 2022 г.** Заявка и текст доклада (статьи) отправляются в одном электронном письме.

**Для публикации в электронном издании, индексируемом в базе РИНЦ, необходимо после принятия статьи предоставить скан-копии на электронный адрес: a.a.danilyuk@utmn.ru:**

* договора о предоставлении права использования произведения (неисключительная лицензия) (бланк высылается после принятия статьи);
* акта приемки-передачи произведения (высылается вместе с договором);
* согласия на обработку персональных данных (форма высылается вместе с договором).

**Материалы прошлых конференций доступны по ссылкам:**

2020 г.: <https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43060127_76168954.pdf>

2021 г.: <https://www.elibrary.ru/download/elibrary_46573412_47500131.pdf>

**Контактная информация оргкомитета:**

Почтовый адрес: 625003, Россия, г. Тюмень, Ленина, 16, кафедра менеджмента и бизнеса. E-mail: kafedra.mib@utmn.ru, тел. 8(3452) 59-77-36

Данилюк Анна Анатольевна +79199226272, konferencia.brending@gmail.com

**ЗАЯВКА**

на участие в III Всероссийской научно-практической конференции

**БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПРОСТРАНСТВ**

**19 мая 2022 г.**

**г. Тюмень**

|  |  |
| --- | --- |
| Ф.И.О. (полностью) |  |
| Место работы или учебы (полное наименование учреждения) |  |
| Должность |  |
| Ученая степень |  |
| Ученое звание |  |
| Почтовый адрес (с индексом) |  |
| Контактный телефон (с кодом города) |  |
| E-mail |  |
| Название секции\* |  |
| Название доклада |  |

\* Секции конференции:

1. *Персональный брендинг в бизнесе, политике и индустрии развлечений*
2. *Корпоративный брендинг и репутационный менеджмент в цифровом пространстве*
3. *Пространственная экономика и бренд-менеджмент территорий*

**ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| Актуальность | Статья должна быть выполнена на актуальную тему и содержать результаты самостоятельного исследования. |
| Ответственность | Полную ответственность за достоверность информации несут авторы статей. |
| Оригинальность | Пороговые значения уникальности текста: 70 %  |
| Объем статьи | От 4 до 8 страниц машинописного текста. |
| Последовательность изложения материала в статье | 1. Индекс УДК
2. Имя, отчество и фамилии авторов в именительном падеже
3. Ученые степень и звание, должность, место работы/ учебы, город
4. E-mail
5. Заглавными буквами название работы по центру
6. Аннотация объемом не более 600 знаков (с пробелами)
7. Ключевые слова (5-7 слов)
8. Текст статьи
9. Список использованной литературы
 |
| Формат и набор текста | MS Word, гарнитура шрифта Times New Roman, размер основного шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – одинарный, абзацный отступ 1,25 одинаковый по всему тексту, формат страницы А4, ориентация листа книжная, поля (верхнее, нижнее, левое, правое) – 2 см, текст набирается без переносов, режим «выравнивания по ширине», все слова разделяются одним пробелом, списки (нумерованные, буквенные, маркированные) набираются без использования автоматического оформления, нумерация страниц не ведется. |
| Иллюстрации и таблицы | Располагаются в тексте статьи, черно-белые, без цветной заливки, не содержат сканированных элементов, рисунки и графики и выполняются в одном из графических редакторов (формат tif, jpg в градации серого), допускается создание и представление графиков при помощи табличных процессоров «Excel», название и номер рисунков указываются под рисунками, название и номер таблиц – над таблицами, размер шрифта – 12 кегль. |
| Литература и ссылки | Литература оформляется в конце статьи под названием «Список использованной литературы», строго в алфавитном порядке, ссылки на цитируемые источники оформляются через отсылки в квадратных скобках, нпр., [1], где цифрой обозначен порядковый номер источника в списке использованной литературы, если ссылку приводят на конкретный фрагмент текста документа, то в отсылке указывают порядковый номер и страницы, на которых помещен объект ссылки, сведения разделяют запятой, нпр., [1, с. 2-4]. |
| Соавторы | Не более 3-х. |

Требования к статьям, публикуемым в журнале «Вестник ТюмГУ» см. по ссылке: https://vestnik.utmn.ru/rules/rule-for-authors/

**ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ**

УДК 339.138

Иванов Иван Иванович

канд. экон. наук, доцент кафедры

менеджмента и бизнеса ТюмГУ,

г. Тюмень

e-mail: ivanov55@mail.ru

**ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА северного региона**

**(НА ПРИМЕРЕ ЯМАЛА)**

Аннотация:

Ключевые слова:

Основной текст

Список использованной литературы

1. Андрианова Е.В., Данилова Е.П. Социальная экология (учебно-методическое пособие) // Издательство Тюменского государственного университета, 2018. 72 с.