

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, Вольное экономическое общество России, ИД «Вузовский учебник» (ИНФРА-М), журнал «Сегмент», РЭУ имени Г.В. Плеханова, РГГУ, РГСУ, Академия имиджелогии

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

Москва, 17 октября 2014 г.

**НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ КРУГЛЫЙ СТОЛ
«МАРКЕТИНГ И СОВРЕМЕННОСТЬ»**

Москва, 8 декабря 2014 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 во II Международной научно-практической конференции «Маркетинг России» (Москва, 17 октября 2014 г.) и научно-практическом круглом столе «Маркетинг и современность» (Москва, 8 декабря 2014 г.).

К участию в мероприятиях 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 и круглом столе 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.

Программный организационный комитет конференции и круглого стола:

Березин Игорь – Президент Гильдии Маркетологов

Ширяев Вадим – член Совета Гильдии Маркетологов, Президент СОМАР

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

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

Шевченко Дмитрий – Почетный член Гильдии, зав. кафедрой маркетинга и рекламы РГГУ, д.э.н., профессор

Голов Роман – Директор Института менеджмента, экономики и социальных технологий ФБГОУ ВПО «МАТИ–Российский государственный университет им. К.Э. Циолковского», член Правления Вольного экономического общества России, д.э.н., профессор

Иванюшин Дмитрий – член Совета и PR-комитета Гильдии Маркетологов

Зверев Дмитрий – член Совета и PR-комитета Гильдии Маркетологов

Романков Максим – член Гильдии Маркетологов

Романенкова Ольга – член Гильдии Маркетологов, доцент кафедры маркетинга и логистики Финансового университета, к.э.н.

Рожков Илья – член Гильдии маркетологов, доцент кафедры маркетинга и логистики Финансового университета, заместитель заведующего кафедрой маркетинга ФБГОУ ВПО «МАТИ–Российский государственный университет им. К.Э. Циолковского», к.э.н.

Петрова Елена – президент Академии Имиджологии, зав. кафедрой «Социальной психологии» РГСУ, д.псих.н., профессор

Научные направления работы конференции и круглого стола:

1. Теоретико-методологические аспекты формирования российской системы маркетинга.
2. Маркетинг территорий.
3. Развитие маркетинга на финансовых рынках: проблемы и перспективы.
4. Инновационные технологии маркетинговой деятельности и маркетинг инноваций.
5. Использование маркетинговых технологий в отраслях и сферах деятельности.
6. Исследования отраслевых рынков и перспективы их развития.
7. Информационные технологии и интернет-маркетинг.

Условия участия в конференции и круглом столе:

1. Работа конференции и круглого стола предусматривает очное и заочное участие. Заочная форма участия заключается в публикации статей участников с последующим распространением сборников трудов авторов.
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 10 октября 2014 г. (при очном участии), до 16 октября 2014 г. (при заочном участии)**.
2. Представление в оргкомитет научных статей для публикации – **до 1 ноября 2014 г.**
3. Проведение мероприятий:
 - 3.1. Проведение II Международной научно-практической конференции «Маркетинг России» – **17 октября 2014 г.**
 - 3.2. Проведение Научно-практического круглого стола «Маркетинг и современность» – **8 декабря 2014 г.**
4. Размещение электронной версии сборника трудов по итогам конференции и круглого стола в интернете – **декабрь 2014 г.**
5. Издание сборников трудов конференции и круглого стола, распространение сборников участникам – **январь 2015 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. Количество соавторов 1 статьи не более 3 человек.
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 при Правительстве Российской Федерации, кафедра «Маркетинг и логистика».

Телефон для справок: 8 (917) 512-54-73, Светлана Васильевна Карпова.

E-mail для справок и представления материалов для публикации с пометкой «Сборник ВАК 2014»: orgkomitet.fa@yandex.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.

ЗАЯВКА
на участие во II Международной научно-практической конференции
«МАРКЕТИНГ РОССИИ» и
научно-практическом круглом столе «МАРКЕТИНГ И СОВРЕМЕННОСТЬ»
(Финансовый университет, Гильдия Маркетологов)

	Автор №1	Автор №2 и т.д.
Фамилия, Имя, Отчество		
Место работы (официальное наименование организации)		
Должность		
Ученая степень		
Звание		
Рабочий адрес		
Почтовый адрес с указанием индекса (для отправки сборников)		
Телефон (рабочий и мобильный)		
Факс		
E-mail		
Мероприятие, в котором принимается участие: 1. II Международная научно-практическая конференция «Маркетинг России» (Москва, 17 октября 2014 г.) 2. Научно-практический круглый стол «Маркетинг и современность» (Москва, 8 декабря 2014 г.).		
Форма участия (очная/заочная)		
Научное направление работы конференции		
Название статьи		
Количество сборников		
Объем статьи (в страницах формата А4)		

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 10 октября 2014 г.** (при очном участии), **до 16 октября 2014 г.** (при заочном участии) по электронному адресу оргкомитета конференции (orgkomitet.fa@yandex.ru) с пометкой «Сборник ВАК 2014»

Образец оформления статьи для публикации в сборнике трудов
II Международной научно-практической конференции
«МАРКЕТИНГ РОССИИ» и
научно-практическом круглом столе «МАРКЕТИНГ И
СОВРЕМЕННОСТЬ»

**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 2014 г. по электронному адресу
оргкомитета конференции и круглого стола
(orgkomitet.fa@yandex.ru) с пометкой «Сборник ВАК 2014»