

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»
кафедра маркетинга и управления персоналом
кафедра менеджмента и государственного и муниципального управления



**Международная научно-практическая конференция
«Перспективы развития управления, маркетинга и
коммерции в условиях диверсификации экономики»**

24 ноября 2016 г.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

24 ноября 2016 года на кафедре маркетинга и управления персоналом и кафедре менеджмента и государственного и муниципального управления Курского государственного университета состоится Международная научно-практическая конференция «Перспективы развития управления, маркетинга и коммерции в условиях диверсификации экономики» с изданием сборника материалов.

Основные направления работы конференции:

1. *Проблемы и перспективы развития маркетинга.*
2. *Управление человеческими ресурсами.*
3. *Торговое дело: теория и практика.*
4. *Актуальные проблемы управления.*

Приглашаются все лица, проявляющие интерес к рассматриваемым проблемам. Конференция предусматривает также заочное участие. Для участия в конференции необходимо заполнить информационную карту участника и направить вместе с материалами статьи/доклада на электронный адрес kamar29@yandex.ru с пометкой «конференция 24 ноября».

Контактный телефон: +7(4712)-51-16-51 (с 9-00 до 15-00, будние дни, с 9-00 до 13-00 суббота)

Авторские материалы принимаются до 01 ноября 2016 г. включительно. После пересылки материала просим обязательно дожидаться подтверждения его получения оргкомитетом.

Все статьи проверяются представителями оргкомитета программой «Антиплагиат». Принимаются статьи с уникальностью текста не менее 70 %. Принятие статей с меньшей долей оригинального текста возможно по решению оргкомитета при условии, что весь заимствованный текст представляет собой корректно оформленные цитаты и их использование в статье необходимо для повышения обоснованности утверждений автора.

Статьи участников конференции будут размещены:

- в системе РИНЦ;
- в электронных научных библиотеках eLIBRARY и CYBERLENINKA;
- поисковой системе GOOGLE SCHOLAR

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
eLIBRARY.RU





*ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Максимальный объем статьи – 5 стр.
2. Формат текста: текстовый редактор Word (любая версия).
3. При наборе текста использовать следующие установки:
шрифт – Times New Roman;
кегель шрифта – 14;
межстрочный интервал – одинарный;
поля – все по 2 см;
автоматическая расстановка переносов, ширина зоны переноса – 0,25 см с ограничением трех переносов подряд;
выравнивание по ширине строки;
абзацный отступ первой строки – 1,25 см;
4. Сноски оформляются сплошной нумерацией по тексту в квадратных скобках – [1], [2] и т.д. В конце статьи должен располагаться список этих сносок. Просьба! Не делать постраничных сносок.

Оргкомитет

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ:

УДК 33.054.22

Иванов Иван Иванович, кандидат экономических наук, доцент Белгородского государственного университета

e-mail: nsivan@yandex.ru

Петров Петр Петрович, кандидат исторических наук ФГБОУ Воронежского государственного университета

e-mail: petr93@mail.ru

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ОРГАНИЗАЦИЙ

Аннотация: в данной статье рассматриваются методы оценки эффективности рекламных кампаний организаций. Оценка эффективности рекламы учитывает комплекс создавшихся на рынке условий и факторов, способствующих или препятствующих решению коммерческих задач предприятия. Чтобы скорректировать будущие рекламные акции и внести поправки в план маркетинга, необходимо провести анализ эффективности рекламной кампании. Такая оценка является неременной составляющей коммерческой деятельности компании-рекламодателя.

Ключевые слова: эффективность рекламных кампаний, методы оценки эффективности, психологическая эффективность, экономическая эффективность.

Ivan Ivanov, candidate of economic sciences, associate professor Belgorod State University

e-mail: nsivan@yandex.ru

Peter Petrov, candidate of historical sciences Voronezh State University

e-mail: petr93@mail.ru

METHODS FOR RATING THE EFFECTIVENESS OF ADVERTISING CAMPAIGNS ORGANIZATIONS

Annotation: in this article discusses methods for rating the effectiveness of advertising campaigns organizations. Rating the effectiveness of advertising allows the complex of created market conditions and factors that helps or obstructing to solving business problems of the enterprise. To adjust future promotions and correct the marketing plan, its necessary to analyze the effectiveness of advertising campaigns. This ratings is an indispensable component of the commercial activities of the company advertiser.

Keywords: effectiveness of advertising campaigns, methods for evaluating the effectiveness, psychological effectiveness, economical effectiveness.

Исследование эффективности рекламных кампаний организаций является одним из важнейших и перспективных направлений современных маркетинговых исследований [2, с. 190].

Обычно рекламодателя, прежде всего, интересует экономическая эффективность рекламы, то есть влияние применяемых рекламных средств на товарооборот и прибыль. Для этого могут использоваться показатели, представленные в таблице 1.

Таблица 1. Показатели эффективности рекламных кампаний

*Источник: Блюм М. А. Основы использования средств рекламы в коммерческой деятельности [Текст]: учебное пособие / М. А. Блюм, Н. В. Молоткова. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО "ТГТУ", 2013. С. 67–68.

Таким образом,

Список литературы:

1. Беликова И.Ю. Применение компетентностного подхода при подготовке управленческих кадров малого бизнеса // Вестник Томского государственного университета. 2012. – №1 (17). – С. 79–85.
2. Кудрявцева Е.И. Современные подходы к проблеме формирования и использования моделей компетенций // Управленческое консультирование. 2012. – №1. – С. 166–177.
3. Мазорчук М.С., Добряк В.С., Бакуменко Н.С. Построение математической модели отбора персонала на основе компетентностного подхода // Радіоелектронні і комп'ютерні системи. 2012. – №2(45). – С. 163–170.
4. Интернет-проект «HR-Portal» [Электронный ресурс]. – URL: <http://hr-portal.ru>, (дата обращения 06.12.2015).

ИНФОРМАЦИОННАЯ КАРТА УЧАСТНИКА

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Ученая степень, звание _____

Должность _____

Организация _____

Телефон (сотовый) _____

E-mail: _____

Название доклада _____

ФИО, ученая степень/звание, место работы/должность научного руководителя (для студентов, магистрантов) _____

Ориентировочно секция конференции _____

Форма участия (очная, заочная) _____