



## Министерство образования и науки Российской Федерации



ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)»  
Кафедра «Менеджмент и маркетинг высокотехнологических отраслей промышленности»



Всероссийская общественная организация «Вольное экономическое общество России»  
Комитет по энергоэффективности



ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
Департамент менеджмента



НП «Гильдия Маркетологов»



ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»  
Кафедра экономики и менеджмента



УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации»  
Кафедра маркетинга



Международная академия науки и практики организации производства



НП «Международный инновационный научно-образовательный центр энергоэффективных компетенций»

## IV Всероссийская межвузовская научно-практическая конференция «Формирование российской системы маркетинга в условиях модернизации экономики»

**Тренд года: «Социально-экономические вызовы цифровизации»**

Информационные партнёры:

**Журнал «Вольная экономика»**

**Обзорно-аналитический научно-практический журнал «Экономика и управление в машиностроении»**

**НП «Гильдия маркетологов»**

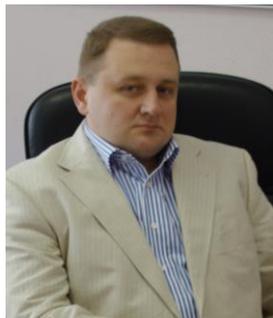
Москва, 20 февраля 2019 г.

**Целью конференции** является поиск инновационных подходов к формированию отечественной системы маркетинга, учитывающей особенности национальной экономики с учетом долгосрочного тренда ее цифровизации.

**Задачи конференции:**

- анализ ключевых мировых и российских трендов в сфере инновационного производства;
- формирование эффективных механизмов сбыта и рыночного продвижения российской инновационной продукции;
- анализ современных маркетинговых технологий, способствующих развитию российской финансовой системы в условиях цифровой экономики;
- развитие и продвижение энергосберегающих технологий и инновационных подходов к повышению энергоэффективности в сфере высокотехнологичной промышленности;
- формирование маркетинговых подходов к управлению операционной деятельностью российских промышленных предприятий;
- разработка системы управления маркетингом в социальной сфере;
- стимулирование и мотивация студентов и молодых ученых к разработке российской национальной модели маркетинга;
- популяризация результатов лучших научных исследований и передовых практик в профессиональных учебно-научных, экспертных и бизнес-сообществах.

## Председатель Организационного комитета конференции



**Голов Роман Сергеевич** – заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг высокотехнологичных отраслей промышленности» ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», член Президиума Вольного экономического общества России, член экспертного совета по высшему образованию при Комитете Государственной Думы по образованию и науке, Главный редактор журнала «Экономика и управление в машиностроении», д.э.н., профессор.

### Организационный комитет конференции



**Агарков Анатолий Павлович** - проректор НОЧУ ВПО «Московский финансово-экономический институт», д.э.н., профессор



**Байбардина Татьяна Николаевна** – заведующая кафедрой маркетинга УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», к.э.н., доцент, Член ОО «Гильдия маркетологов Республики Беларусь»



**Дашков Леонид Павлович** - генеральный директор Издательско-торговой корпорации "Дашков и Ко", д.э.н., профессор кафедры коммерции и технологии торговли,



**Карпова Светлана Васильевна** – профессор, зам. руководителя Департамента менеджмента ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», д.э.н., профессор, член Совета Гильдии Маркетологов.



**Маймина Эльвира Викторовна** - декан экономического факультета ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», д.э.н., профессор



**Псарёва Надежда Юрьевна** – заведующая кафедрой экономики и менеджмента ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», д.э.н., профессор Департамента менеджмента ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»



**Рожков Илья Вячеславович** – доцент Департамента менеджмента ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», к.э.н., доцент, член Гильдии Маркетологов



**Савченко-Бельский Кирилл Александрович** – генеральный директор Кадрового агентства СБФ-Персонал, Заслуженный деятель науки республики Калмыкия, д.э.н., профессор.



**Теплышев Вячеслав Юрьевич** – заведующий кафедрой «Энергетический сервис и управление энергосбережением» ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», д.т.н., к.э.н., профессор.

## Научные направления работы конференции

1. Инновационно-инвестиционная деятельность в высокотехнологичной промышленности России (отв. д.э.н., проф. Голов Р.С.).
2. Развитие инструментов финансового маркетинга в условиях цифровизации экономики (отв. д.э.н., проф. Карпова С.В., к.э.н., доц. Захаренко И.К, к.э.н., доц. Рожков И.В.).
3. Менеджмент и маркетинг энергосберегающих технологий (отв. д.т.н., к.э.н., профессор Теплышев В.Ю., к.э.н., доцент Пушкарева М.Б.).
4. Экономические и организационные инструменты развития промышленного комплекса России (отв. д.э.н., проф. Псарёва Н.Ю., д.п.н., проф. Щербаков Ю.И.).
5. Управлением маркетингом социальной сферы в условиях цифровой трансформации (отв. д.э.н., проф. Розанова Т.П., д.э.н., проф. Стыцюк Р.Ю., к.э.н., доц. Артемьева О.А.).
6. Современные маркетинговые технологии и новые проекты в операционной деятельности российских предприятий (отв. к.э.н., доц. Трифонов П.В., к.э.н., доц. Серышев Р.В., к.э.н., доц. Ксенофонтов А.А.).

## 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 на электронных носителях или по электронной почте в формате Word на адрес электронной почты Организационного комитета конференции.

3. Объем статьи должен составлять не менее 7 страниц машинописного текста.

4. Название статьи печатается прописными буквами **на русском и английском языках.**

5. После названия статьи должны указываться точные сведения об авторе(ах) **на русском и английском языках** с указанием ФИО, должности, ученой степени, звания, места работы и города.

6. После сведений об авторе(ах) должна быть дана краткая (6-8 строк) аннотация содержания статьи **на русском и английском языках**.

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

8. 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.

9. Таблицы и иллюстрации в тексте должны иметь заголовки, на каждую таблицу или иллюстрацию в тексте должна быть соответствующая ссылка. Иллюстрации должны иметь порядковые номера.

10. Формулы в статье должны быть набраны в Microsoft MathType. Формулы и таблицы должны быть пронумерованы и иметь ссылку в тексте по номеру, таблицы - иметь заголовки.

11. При написании математических формул, подготовке графиков, диаграмм, блок-схем не допускается применение размера шрифта менее №12.

12. Иллюстрации блок-схем, содержащих геометрические фигуры и текст, должны быть выполнены в формате инструментов для рисования Microsoft Word, а также могут быть выполнены в векторном графическом формате. Рекомендуемые программы для создания иллюстраций – Microsoft Visio, Adobe Illustrator, Corel Draw. К файлу статьи необходимо отдельно приложить графические файлы в любом из следующих векторных форматов: vsd, ai, cdr, emf, wmf.

13. 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 растровые иллюстрации, имеющие большое число мелких деталей, при верстке сборника, могут полностью изменить свой вид или стать совершенно нечитаемыми.

14. К файлу статьи необходимо отдельно приложить растровые графические файлы в любом из следующих форматов: jpg, bmp, tif, tga, gif.

15. Наличие библиографического списка в едином формате, установленном системой Российского индекса научного цитирования является обязательным.

16. Ссылки на библиографический список оформляются сплошной нумерацией по тексту в квадратных скобках.

## **Сроки и порядок проведения конференции и публикации материалов:**

1. Срок представления заполненных заявок (см. *Приложение 1*) на электронный адрес оргкомитета конференции с подтверждением своего участия **до 15 февраля 2019 г.**
2. Представление в оргкомитет научных статей для публикации – **до 18 февраля 2019 г.**
3. Проведение конференции – **20 февраля 2019 г.**
4. Издание материалов конференции – **апрель-май 2019 г.**

## **Контактная информация:**

**Адрес оргкомитета:** г. Москва, ул. Лобачевского, д.90, каб. 412, Кафедра экономики и менеджмента.

**Ответственный секретарь Оргкомитета:**

Рожков Илья Вячеславович, тел.: 8 (495) 725-15-73.

**E-mail для предоставления заявок на участие и статей для публикации:** [ivr1@yandex.ru](mailto:ivr1@yandex.ru).

**ЗАЯВКА**

на участие во **IV Всероссийская межвузовская научно-практическая конференция «Формирование российской системы маркетинга в условиях модернизации экономики»**

	Автор №1	Автор №2 и т.д.
Фамилия		
Имя		
Отчество		
Место работы (полное наименование организации)		
Должность		
Ученая степень		
Звание		
Телефон (мобильный)		
E-mail		
Название научного направления		
Название статьи		
Объем статьи (в страницах формата А4)		

**ВНИМАНИЕ!** Заполненные заявки высылать до 15 февраля 2019 г. по электронному адресу оргкомитета конференции ([ivr1@yandex.ru](mailto:ivr1@yandex.ru))