



Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)  
Ассоциация преподавателей по связям с общественностью (АПСО)  
ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет»  
(национальный исследовательский университет)  
Факультет журналистики  
Кафедра массовой коммуникации

### **Уважаемые коллеги!**

***Приглашаем вас на XIII Международный конгресс «Связи с общественностью и реклама: теория и практика».***

Тема конгресса: «Включи воображение!»

Сроки проведения: 20-21 марта 2014 года.

Место проведения: Южно-Уральский государственный университет т (НИУ) (г. Челябинск).

Организатор мероприятия – кафедра массовой коммуникации факультета журналистики Южно-Уральского государственного университета.

Основные мероприятия конгресса:

1. Презентация вузов-участников (Приложение 2).
2. Студенческая научно-практическая конференция (Приложение 3). Секции:
  - Рекламные и PR-проекты от А до Я;
  - Реклама и PR в бизнес-сфере;
  - Реклама и PR в политической и социальной сферах;
  - Актуальные проблемы исследования медиатекста.
3. Круглый стол для преподавателей «Исследования рекламы и PR» (Приложение 4).
4. Мастер-классы практикующих специалистов по рекламе и PR.
5. Деловая игра «Страна идей».
6. Конкурс-выставка фотографий на тему «Включи воображение!» (Приложение 5).
7. Конкурс эссе «Какими будут реклама и PR через 50 лет» (Приложение 6)
8. Специальный конкурс Главного управления МВД России по Челябинской области «Имидж полиции Челябинской области» (Приложение 7).

Заявки и тезисы принимаются до **10 марта** 2014 года (Приложение 1).

Рабочий язык конгресса: русский.

Публикации преподавателей и студентов будут включены в сборник материалов конгресса.

Координаторы конгресса:

**к. культурологии, доцент кафедры «Массовая коммуникация» -**

**Борченко Ирина Дмитриевна**, раб. тел. 8(351) 267-93-97, сот тел. 89191218425, e-mail: skaterova@list.ru

**зав. лабораториями кафедры «Массовая коммуникация» -**

**Соловьева Татьяна Сергеевна**, раб. тел. 8(351) 267-93-97, сот. тел. 8-904-30-43-697, e-mail: talan74@mail.ru

**С уважением, заведующий кафедрой массовой коммуникации, кандидат педагогических наук, доцент Лободенко Лидия Камиловна ([lobodenko74@mail.ru](mailto:lobodenko74@mail.ru)).**

**Регистрационная форма (для одиночного участия и заочного участия)**

|   |  |
|---|--|
| <b>Информация об участнике</b>  |  |
| Ф.И.О. участника (полностью)  |  |
| Наименование вуза (полностью)   |  |
| Наименование факультета   |  |
| Курс  |  |
| Тема доклада  |  |
| Научный руководитель (Ф.И.О. полностью, степень, звание, должность)                                   |  |
| Предполагаемая секция   |  |
| <b>Контакты</b>   |  |
| Контактный телефон  |  |
| E-mail  |  |
| Нужно ли официальное приглашение (укажите, на чье имя оформить – ФИО полностью и должность полностью) |  |

**Регистрационная форма (для очного участия в составе группы)**

|  |  |
|--|--|
| <b>Общая информация о группе</b>   |  |
| Полное название вуза   |  |
| ФИО ректора  |  |
| Адрес вуза   |  |
| Нужно ли официальное приглашение (укажите, на чье имя)                           |  |
| Укажите, требуется ли вам сопровождающий в день встречи                          |  |
| Планируемая дата приезда и отъезда делегации                                     |  |
| <b>Информация о руководителе группы</b>  |  |
| ФИО (полностью)  |  |
| Должность (полностью, с указанием кафедры, факультета)                           |  |
| Контактная информация (адрес электронной почты, телефоны)                        |  |
| Тема доклада (если предполагается)   |  |
| Научный руководитель (Ф.И.О. полностью, степень, звание, должность)              |  |
| Предполагаемая секция  |  |
| <b>Информация о членах группы (заполняется на каждого члена группы отдельно)</b> |  |
| ФИО (полностью)  |  |
| Факультет  |  |
| Курс   |  |
| Тема доклада   |  |
| Научный руководитель (Ф.И.О. полностью, степень, звание, должность)              |  |
| Предполагаемая секция  |  |
| Контактные сведения (адрес электронной почты, телефоны)                          |  |

### Презентация вузов-участников

В рамках открытия XIII Международного конгресса «Связи с общественностью и реклама: теория и практика» вузы-участники представляют свои города и рассказывают о своих вузах (факультетах, кафедрах).

**Тема:** «Включи воображение!».

**Задача:** в шуточной форме представить свой город или свой университет в соответствии с темой конгресса, который обозначили вам организаторы.

**Основное требование:** креативный подход.

**Возможные формы:** видеопрезентация, слайд-шоу и др.

**Регламент:** 5 минут.

Каждый вуз заранее информирует организаторов о форме презентации, а также о необходимости предоставления дополнительного оборудования.

Координатор презентации вузов-участников: старший преподаватель кафедры «Массовая коммуникация» - Васильева Вера Петровна,  
e-mail: vasilyeva-vera@yandex.ru

**Секции студенческой научной конференции  
XIII Международного конгресса  
«Связи с общественностью и реклама: теория и практика»  
Тема: «Включи воображение!»**

### **1. Рекламные и PR-проекты от А до Я**

В рамках секции будут презентованы проекты, реализованные студентами. Участникам секции следует описать четыре этапа рекламной или PR-кампании (аналитический, этап планирования, этап реализации и этап оценки эффективности) и проинформировать аудиторию о трудностях в ходе реализации проекта. Печатные версии работ предоставляются жюри в день презентации в одном экземпляре.

Критерии оценки работ (секция № 1):

- грамотность постановки проблемы, формулировки целей и задач проекта;
- обоснованность стратегии и тактических решений;
- нестандартность используемых технологий и инструментов;
- проработанность основных этапов проекта;
- качество презентации.

### **2. Реклама и PR в бизнес-сфере**

Студенты представляют статьи и доклады по результатам анализа: деятельности отделов маркетинга, рекламы и связей с общественностью, пресс-служб коммерческих предприятий; разработки рекламных и PR-кампаний фирм с учетом новых условий развития рынка и маркетинговых предпочтений потребителей; планирования, организации и эффективности рекламной и PR-деятельности компании; особенностей разработки и производства рекламного продукта в коммерческой сфере и др.

### **3. Реклама и PR в политической и социальной сферах**

Студенты представляют статьи и доклады по результатам анализа: особенностей организации рекламной и PR-деятельности в политической и социальной сферах; планирования, организации и оценки эффективности политических и социальных кампаний; новых форм и методов рекламной и PR-деятельности в политической и социальной сферах; результатов управления общественным мнением и др.

### **4. Актуальные проблемы исследования медиатекста**

В рамках секции будут представлены доклады, отражающие результаты исследования медиатекстов, функционирующих в системе массовой коммуникации. Тематика докладов разнообразная: речевые жанры в сфере массовой коммуникации, речевое воздействие в системе массовой коммуникации, взаимодействие вербального и невербального компонентов, организация медиатекстов и т. д.

Критерии оценки работ (секции № 2-4):

- актуальность и оригинальность поставленной проблемы;

- разнообразие методов, использованных в ходе изучения материала;
- прикладная значимость исследования;
- качество презентации и её соответствие вербальному компоненту доклада;
- логичность высказывания, его выразительность.

**Регламент выступлений – до 7 минут. Мультимедийная презентация (PowerPoint) обязательна.**

По итогам конференции планируется издание её материалов.

**Требования к рукописям:** Объём – от 2 до 3 страниц. Текстовый редактор - Microsoft Word. Формат – А 4. Поля – 2 см со всех сторон. Шрифт – Times New Roman. Размер шрифта – 14. Межстрочный интервал – 1,5. Абзацный отступ – 1,25. Ориентация - книжная, без указания страниц, без переносов, желательно без постраничных сносок. Текст должен быть сохранен в файле формата .doc или .rtf.

Фамилии и инициалы авторов – строчные буквы, жирный шрифт, по правому краю.

Научный руководитель: учёная степень, ученое звание / должность, фамилия, инициалы – строчные буквы, жирный шрифт, по правому краю.

Полное название организации – строчные буквы, жирный шрифт, по правому краю.

Название статьи – прописные буквы, жирный шрифт, по центру, без точки.

Ссылки в тексте оформляются в квадратных скобках [1, с. 195]. Список литературы приводится в конце статьи в алфавитном порядке.

Материалы для публикации необходимо отправить до **10 марта** 2014 г. по электронному адресу e-mail: skaterova@list.ru

*Образец оформления статьи*

**Иванов И.И.**

**Научный руководитель: к. п. н., доц. Петров П.П.**

**Южно-Уральский государственный университет**

**НАЗВАНИЕ ПЕЧАТАЕТСЯ ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ**

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

#### **Список литературы**

1. Двинянинова, Г.С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г.С. Двинянинова // Социальная власть языка: сб. науч. тр. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – С. 101–106.

2. Международные профессиональные стандарты внутреннего аудита. – <http://www/iaa-ru.ru/goods/index.html#top>.

**Круглый стол для преподавателей «Исследования рекламы и PR»  
XIII Международного конгресса  
«Связи с общественностью и реклама: теория и практика»  
Тема: «Включи воображение!»**

**Цель мероприятия** – публикация материалов, отражающих результаты современных исследований рекламных и PR-коммуникаций.

Форма проведения – очная.

**Требования к рукописям:**

Объём – от 2 до 8 страниц. Текстовый редактор - Microsoft Word. Формат – А 4. Поля – 2 см со всех сторон. Шрифт – Times New Roman. Размер шрифта – 14. Межстрочный интервал – 1,5. Абзацный отступ – 1,25. Ориентация - книжная, без указания страниц, без переносов, желательно без постраничных сносок. Текст должен быть сохранен в файле формата .doc.

Фамилии и инициалы авторов – строчные буквы, жирный шрифт, по правому краю.

Полное название организации – строчные буквы, жирный шрифт, по правому краю.

Название статьи – прописные буквы, жирный шрифт, по центру, без точки.

Ссылки в тексте оформляются в квадратных скобках [1, с. 195].

Список литературы приводится в конце статьи в алфавитном порядке.

Материалы для публикации необходимо отправить до **10 марта** 2014г. по электронному адресу e-mail: skaterova@list.ru

**Иванов И.И.**

**Южно-Уральский государственный университет**

**НАЗВАНИЕ ПЕЧАТАЕТСЯ ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ**

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.  
Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст.

**Список литературы**

1. Двинянинова, Г.С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г.С. Двинянинова // Социальная власть языка: сб. науч. тр. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. – С. 101–106.

2. Международные профессиональные стандарты внутреннего аудита. – <http://www/iaa-ru.ru/goods/index.html#top>.

## Конкурс-выставка фотографий

### «Включи воображение!»

Конкурс проводится в рамках Международного конгресса «Связи с общественностью и реклама: теория и практика».

Организатор конкурса – кафедра массовой коммуникации ЮУрГУ.

Дата проведения конкурса: **20 марта 2014 года.**

К участию в конкурсе приглашаются студенты вузов, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью», «Журналистика», «Филология».

На конкурс от каждого участника принимается серия изображений (не более трех), объединенных одной темой, в которой участник продемонстрирует различные аспекты профессиональной деятельности в сфере массовой коммуникации. Приветствуется современный стиль, сочетающий творческий и новаторский подход к созданию серии фотографий.

Отборочная комиссия вправе отклонить работы, не соответствующие требованиям данного положения.

Фотографии предоставляются в оргкомитет в электронном и **печатном** виде до **10 марта (включительно)**:

– требования к электронным версиям: файлы сохранить в формате **jpeg, tiff или pdf**; разрешение не менее **600 dpi** (работы высылать на электронный адрес [ag-epifanova@mail.ru](mailto:ag-epifanova@mail.ru));

– требования к печатным вариантам: **формат А4, А3 фотобумага** (работы высылать на почтовый адрес: 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76, ауд. 437, кафедра «Массовая коммуникация»).

Выставка фотографий пройдет 20 марта 2014г. Посетители экспозиции проголосуют за понравившиеся работы, определяя победителя и призеров. Церемония награждения состоится в день закрытия конгресса.

Координатор конкурса-выставки:

**ст. преподаватель кафедры «Массовая коммуникация» - Епифанова Анастасия Геннадьевна**, раб. тел. 8(351) 267-93-97, сот тел. 89630897607, e-mail: [ag-epifanova@mail.ru](mailto:ag-epifanova@mail.ru)

### Конкурс эссе «Какими будут реклама и PR через 50 лет?»

Конкурс проводится в рамках XIII Международного конгресса «Связи с общественностью и реклама: теория и практика».

**Цель конкурса:** стимулирование интереса учащихся к их профессиональному самоопределению, в частности, в сфере рекламы и СО.

**Участники конкурса:** учащиеся 9-11 классов средних общеобразовательных учреждений города Челябинска. Возможно индивидуальное или командное участие (не более 3 человек).

**Критерии оценки представленных эссе:** соответствие содержания эссе заявленной теме; обоснованность использования методов; уровень знакомства с современным состоянием науки в области рекламы и связей с общественностью; наличие исследовательского компонента; обоснованность выводов; оригинальность и творческий подход.

#### **Требования к содержанию и оформлению эссе**

Конкурсная работа должна быть исследовательской, т.е. состоять из следующих основных компонентов: постановка проблемы, обзор имеющейся литературы, анализ нынешней ситуации в области рекламы и PR, обоснованный прогноз на будущее, выводы.

#### **Структура включает следующие разделы:**

Введение: обоснование актуальности данной темы, выдвижение гипотез и т.д.

Основная часть: аналитический обзор литературы по данной теме, прогнозирование ситуации в области рекламы и связей с общественностью.

Заключение: обобщающие выводы по всей работе, рекомендации.

Список литературы: оформление согласно ГОСТ – 7.1 2003.

Приложения: таблицы, иллюстрации, схемы, гистограммы, диаграммы и др.

#### **Требования к оформлению эссе:**

Эссе должно содержать краткий, но содержательный ответ на перспективные вопросы, связанные с выбором профессии в сфере рекламы и связей с общественностью через 50 лет.

В работе необходимо изложить собственную точку зрения.

Объем эссе не должен превышать 2-х страниц текста (не считаются титульный лист, список литературы, приложения).

Параметры страницы – файл Microsoft Office 2003, в наименовании которого указывается имя и фамилия участника с большой буквы и слова «Конкурс эссе» (например, Иван Иванов Конкурс эссе.doc), шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1, поля стандартные.

На титульном листе приводятся сведения об авторе/авторах эссе, включающие в себя: тему эссе, имя и фамилию учащегося (полностью), вид и номер образовательного учреждения, класс, ФИО научного руководителя, должность.

#### **Дополнительная информация и справки по телефонам:**

8(351) 267-93-97, 8-9191218425 – кандидат культурологии, доцент, Борченко Ирина Дмитриевна;

8(351) 267-93-97; 8-9043043697 – заведующая лабораторией кафедры массовой коммуникации, преподаватель Соловьева Татьяна Сергеевна.

Все авторы по итогам конкурса получают дипломы участников, а также будут вручены дипломы III, II и I степени и специальные дипломы.

**Работы высылать на адрес:** [skaterova@list.ru](mailto:skaterova@list.ru) (координатор конкурса – кандидат культурологии, доцент кафедры массовой коммуникации Ирина Дмитриевна Борченко) до 15 марта включительно.





**МВД России**  
**ГУ МВД по Челябинской области**

---

454000, г. Челябинск, ул. Елькина, 34  
т. (351) 268-86-78, (351) 268-86-76  
[www.74.mvd](http://www.74.mvd)

**XIII Международный конгресс**  
**«Связи с общественностью и реклама: теория и практика»**  
**Специальный конкурс**  
**«Повышение имиджа полиции Челябинской области»**

**БРИФ**

Принять участие в конкурсе могут студенты 1-5 курсов, обучающиеся по направлению «Реклама и связи с общественностью».

**Цель конкурса:** предоставить студентам возможность разработать программы повышения имиджа полиции Челябинской области, которые в дальнейшем будут действительно реализованы базисным субъектом.

**Организатор:** Главное управление МВД России по Челябинской области.  
Победителей будет определять экспертный совет.

**Задание:**

Необходимо разработать программу повышения имиджа полиции Челябинской области, которая может быть направлена как на широкую общественность, так и на узкую целевую аудиторию. Важно отделять сотрудников ГИБДД от общего числа полицейских, по данной службе программы разрабатывать не нужно.

**Проект должен содержать:**

- 1) информацию об авторах (имя, фамилия, курс, университет, кафедра, номер телефона, а также ФИО, ученую степень и должность научного руководителя);
- 2) основную креативную идею;
- 3) обоснование выбора и описание используемых технологий и инструментов;
- 4) бюджетный план;
- 5) план-график мероприятий;
- 6) критерии оценки эффективности проводимых мероприятий.

Обязательным условием конкурса является публичная защита проекта:

1. Регламент выступления – не более 7 минут.
2. Предоставить программы членам экспертного совета в печатном виде в 2-х экземплярах.

### 3. Подготовить электронную презентацию.

#### **Награды:**

По результатам конкурса экспертный совет выберет три лучшие программы. Победители будут награждены кубками и грамотами за I, II и III места.

#### **Критерии оценки:**

- 1) соответствие программы заявленной теме и требованиям;
- 2) практическая значимость и эффективность;
- 3) новизна креативной идеи;
- 4) соответствие выбранных технологий и инструментов целевым группам.

**Работы высылать на адрес:** [en-peskova@mail.ru](mailto:en-peskova@mail.ru) (координатор конкурса – к.филол.н., доцент кафедры массовой коммуникации Екатерина Николаевна Пескова) до 15 марта включительно.

#### **Информация о базисном субъекте:**

Главное управление МВД России по Челябинской области имеет в своей структуре Отдел информации и общественных связей (далее ОИиОС). Помимо этого в каждом территориальном органе МВД России по Челябинской области имеются специалисты по связям с общественностью. Это позволяет сотрудникам ОИиОС оперативно оповещать южноуральцев и профессиональное сообщество журналистов о происшествиях, в короткие сроки предоставлять фото и видеоматериалы. С введением в 2011 году таких должностей доля материалов полицейской направленности в общем информационном поле Челябинской области значительно увеличилась.

Еженедельно ОИиОС выпускает собственную программу «Закон и порядок», выходящую на областном канале ОТВ по субботам, а также в повторе по понедельникам, средам и воскресеньям. В связи с высоким рейтингом программы, в 2012 году каналом ОТВ принято решение увеличить время вещания программы «Закон и порядок» с 10 до 15 минут. Подобные программы создают и территориальные органы МВД области: еженедельные передачи МО МВД России «Златоустовский», МО МВД России «Чебаркульский», УМВД России по г. Магнитогорску.

#### **Инструменты, используемые ОИиОС в коммуникации с широкими целевыми аудиториями:**

1. Программа областного Главка МВД «Закон и порядок», территориальные программы, выпускаемые УМВД г. Магнитогорска, МО МВД России «Чебаркульский» и «Златоустовский».

2. Официальный сайт ГУ МВД России по Челябинской области.

3. Программа «Служба безопасности» на радио «Студия-1» с целью профилактики правонарушений (2 раза в месяц).

4. Публикации в газетах, как правоохранительной направленности, так и рассказывающих об увлечениях полицейских. Второй тип используется больше к праздникам («День сотрудника органов внутренних дел», «День матери», «Международный женский день» и т.д.).

#### **Инструменты, используемые ОИиОС в коммуникации с детьми от 6 до 17 лет:**

1. Специальное ежегодное мероприятие, проводимое Общественным советом при ГУ МВД России по Челябинской области с 2009 года – фестиваль-конкурс «Будущее России». Ежегодно в нем принимают участие более 5 тысяч школьников.

2. Группа в социальной сети vk.com «Будущее России», где размещены фотографии и видеоматериалы со всех отборочных этапов конкурса-фестиваля, а также вся информация по его проведению.

3. Работа с кадетским классом правоохранительной направленности школы № 47 им. полковника милиции В.П. Пустового.

4. Проведение специальных акций «Безопасное колесо», приуроченных к началу учебного года; «Полицейский Дед Мороз» - к Новому году и др.

5. Работа с подшефными детскими домами.

### **Инструменты, используемые ОИиОС в коммуникации с молодежью 18-35 лет:**

1. Официальная группа в социальной сети vk.com «ГУ МВД России по Челябинской области», где появляется адаптированная под новые медиа вся важная информация областного полицейского Главка.

2. Канал ГУ МВД России по Челябинской области на Youtube, где собраны видеоматериалы по резонансным событиям.

3. Твиттер ГУ МВД России по Челябинской области.

Главная задача, которую следует отразить в конкурсных работах – показать сотрудников полиции Челябинской области как отзывчивых на чужую беду, стоящих на страже законности и правопорядка людей, для которых безопасность граждан области превыше всего, даже собственной жизни.

10 ноября 2013 года в Челябинске по инициативе южноуральских полицейских на добровольные пожертвования создан Мемориальный комплекс «Солдатам правопорядка», где собраны фамилии всех сотрудников органов внутренних дел, погибших при исполнении с 1917 года.

### **Контактное лицо:**

Сотрудник Отдела информации и общественных связей

ГУ МВД России по Челябинской области

Альберт Равилевич Габбазов

тел.: 8 951 814 22 28