



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «НГПУ»)



ИНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТА
И СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием
«НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: ЭКОНОМИКА,
МЕНЕДЖМЕНТ, СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ»
(Новосибирск, 15-16 апреля 2026 года)

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

Приглашаем принять участие в работе Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Новая реальность: экономика, менеджмент, социальные коммуникации».

Цель конференции – обмен теоретическими разработками и практическим опытом специалистов в области экономики, менеджмента и социальных коммуникаций.

Организатор: Институт менеджмента и социальных коммуникаций Новосибирского государственного педагогического университета.

Соорганизаторы:

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Республики Крым «Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»;

Денауский институт предпринимательства и педагогики (Республика Узбекистан);

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Образовательный Центр «Рост».

Программный (организационный) комитет:

Нелюбов Сергей Александрович – и. о. ректора ФГБОУ ВО «НГПУ», доктор педагогических наук, доцент, председатель оргкомитета;

Ромм Татьяна Александровна – проректор по научной работе ФГБОУ ВО «НГПУ», доктор педагогических наук, профессор;

Гронская Ирина Анатольевна – и. о. директора института менеджмента и социальных коммуникаций, кандидат социологических наук, доцент;

Гольман Татьяна Ивановна – заведующий кафедрой экономики и менеджмента, кандидат социологических наук, доцент;

Климова Эльвира Николаевна – заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, кандидат экономических наук, доцент;

Языки конференции: русский, английский.

Форма проведения конференции: онлайн/офлайн.

К участию в конференции приглашаются:

– обучающиеся высших учебных заведений и среднего профессионального образования;

- преподаватели образовательных организаций;
- специалисты-практики.

Работа конференции будет организована в трех секциях:

Секция 1 «Перспективы развития экономики и менеджмента на современном этапе»

Планируемые направления работы:

- современные прикладные исследования в сфере управления и социальных коммуникаций;
- современные тренды бизнеса: бизнес-экосистемы, геймификация, искусственный интеллект;
- инструменты цифровой трансформации экономических отношений и организационного управления;
- региональные и отраслевые стратегии структурной модернизации экономики;
- модели развития молодежного предпринимательства в педагогическом вузе.

Координатор секции: **Гольман Татьяна Ивановна** – заведующий кафедрой экономики и менеджмента, кандидат социологических наук, доцент.

Секция 2 «Социальные коммуникации в контексте глобальных вызовов»

Планируемые направления работы:

- рекламная деятельность организаций в условиях кризиса;
- коммуникации в условиях новых вызовов;
- современные тренды в рекламе и PR;
- интернет-коммуникации: состояние, проблемы и перспективы;
- социальная и экологическая ответственность в рекламных, интернет-коммуникациях;
- коммуникационные практики продвижения идеи студенческого предпринимательства.

Координатор секции: **Климова Эльвира Николаевна** – заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью, кандидат экономических наук, доцент.

Секция 3 «Маркетинг и реклама в сфере образования»

Планируемые направления работы:

- управление маркетинговыми активами образовательной организации;
- инновационные маркетинговые стратегии на рынке образовательных услуг;
- маркетинговые инструменты продвижения студенческих стартапов;
- проблемы и перспективы рекламного образования;
- современные подходы и методы в профессиональном обучении в сфере рекламы;
- методика преподавания экономики и предпринимательства.

Координатор секции: **Глебова Дарья Владимировна** – доцент кафедры экономики и менеджмента, кандидат экономических наук, доцент.

Контактная информация оргкомитета:

Почтовый адрес: 630126, Новосибирская обл., г. Новосибирск, ул. Вилюйская, д. 28/1, уч. корпус 4, Институт менеджмента и социальных коммуникаций.

Сайт: <http://sno.nspu.ru/>

E-mail: conferens-imisk@yandex.ru

Тел.: +7 (383) 244-14-89

Контактное лицо: специалист по учебно-методической работе института менеджмента и социальных коммуникаций Гулакова Татьяна Николаевна.

По итогам конференции планируется издание электронного сборника материалов конференции «НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ» – в двух частях.

Часть I – сборник статей. Сборнику будет присвоен ISBN, он будет размещен в системе РИНЦ на платформе электронной научной библиотеки eLIBRARY.RU.

Часть II – сборник тезисов. Сборнику будет присвоен ISBN.

Участие в конференции и публикация материалов в сборнике – **бесплатное**.

Заявки на участие и материалы для публикации в сборнике, принимаются **до 10 марта 2026 г. включительно** на электронный адрес: conferens-imisk@yandex.ru (в теме письма необходимо указать фамилию, инициалы автора(ов)).

Заявку на участие в конференции каждому участнику необходимо оформить по форме, представленной в Приложении 1.

ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛАМ, ПРЕДСТАВЛЯЕМЫМ К ПЕЧАТИ

В сборнике публикуются статьи и тезисы в авторской редакции.

Недопустимо предоставление ранее опубликованных материалов.

Материалы, не соответствующие требованиям по объему, содержащие некорректные заимствования (оригинальность текста не менее 75 %) не принимаются к публикации.

Материалы, созданные на основе генерации текста искусственным интеллектом не принимаются к публикации.

Заявку, статью (тезисы) и справку о результатах проверки на наличие заимствований следует прислать в одном письме тремя файлами.

Название файла должно начинаться с фамилии первого автора (например, Иванов заявка).

Авторы предоставляют статьи – не менее 4 страниц печатного текста формата А4 (вместе со списком литературы); тезисы – не более 2 страниц печатного текста формата А4 (списка литературы не требуется).

Требования к оформлению материалов

- Поля: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 2 см, правое – 2 см.
- Шрифт: Times New Roman.
- Размер шрифта: заголовки 14 пт, текст 12 пт.
- Выравнивание текста: по ширине страницы.
- Междустрочный интервал: множитель 1,1.
- Отступ первой строки: 1,25 см.
- Автоматическая расстановка переносов.
- На все рисунки и таблицы в тексте обязательно должны содержаться ссылки. Все таблицы и рисунки должны иметь названия.
- Рисунки упоминаются по тексту «рис. 1».; в названии рисунка «Рисунок 1» и размещаются в тексте по мере их упоминания. Рисунки должны быть четкими, контрастными, в черно-белом цвете, без лишнего фона.
- Таблицы должны быть последовательно пронумерованы и обозначаться по тексту как «табл. 1». Слово «Таблица» набирается с выравниванием по правому краю, заголовки таблицы на следующей строке по центру, полужирным начертанием.
- Формулы должны быть набраны с использованием средств MS WORD и располагаться по центру.
- Библиографический список составляется в соответствии с Национальным стандартом Российской Федерации ГОСТ Р 7.0.5-2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления.

– Ссылки на источники оформляются по мере упоминания. В тексте обозначаются квадратными скобками с указанием номера источника по списку и через запятую – номера страницы. Например: [5, с. 115].

СТРУКТУРА СТАТЬИ

Первая строка: индекс УДК, в соответствии с универсальным десятичным классификатором (размер шрифта 12 пт, выравнивание по левому краю).

Вторая строка: И.О. Фамилия автора/ов, (размер шрифта 12 пт, полужирное начертание, курсив, выравнивание по правому краю).

Третья строка: для преподавателей: ученая степень, ученое звание, должность и место работы, город; для обучающихся: курс, код специальности, полное наименование направления или направленности, полное наименование магистерской программы или профиля, наименование образовательного учреждения, город (размер шрифта 12 пт, обычное начертание, курсив, выравнивание по правому краю).

Через строку: НАЗВАНИЕ СТАТЬИ (размер шрифта 14 пт, полужирное начертание, выравнивание по центру).

Через строку: аннотация, 200-400 печатных знаков; на следующей строке 5-7 ключевых слов (размер шрифта 12 пт, выравнивание по ширине).

Через строку: И.О. Фамилия автора/ов на английском языке (размер шрифта 12 пт, полужирное начертание, выравнивание по правому краю).

Через строку: НАЗВАНИЕ СТАТЬИ на английском языке (размер шрифта 12 пт, полужирное начертание, выравнивание по центру).

Через строку: аннотация на английском языке, 200-400 печатных знаков; 5-7 ключевых слов на английском языке (размер шрифта 12 пт, выравнивание по ширине).

Через строку: текст статьи (размер шрифта 12 пт, выравнивание по ширине).

Через строку: Список литературы (размер шрифта 12 пт, выравнивание по ширине).

Структура основного текста СТАТЬИ должна содержать:

1. Раздел «Постановка проблемы» должен содержать:

– обоснование актуальности темы исследования, но без формулировок: «..., что подтверждает актуальность...», «актуальность темы исследования обусловлена...» и т.п. стандартных фраз;

- ссылки на источники, формирующие представление о степени разработанности
- проблемы;
- формулировку цели исследования.

2. Раздел «Методология исследования» должен содержать: краткое описание использованных методов, примененных методик, полученных результатов и их интерпретации, анализ статистических данных.

3. Раздел «Заключение» должен содержать краткие выводы, вытекающие из проведенного исследования.

Разделы в тексте статьи не нумеруются. Название раздела – без кавычек, с прописной буквы, курсив. Выравнивание – по ширине, отступ – установленный для текста статьи.

СТРУКТУРА ТЕЗИСОВ

Первая строка: индекс УДК, в соответствии с универсальным десятичным классификатором (размер шрифта 12 пт, выравнивание по левому краю).

Вторая строка: И. О. Фамилия автора/ов, (размер шрифта 12 пт, полужирное начертание, курсив, выравнивание по правому краю).

Третья строка: курс, код специальности, полное наименование направления или направленности, полное наименование магистерской программы или профиля, полное

наименование образовательного учреждения, город (размер шрифта 12 пт, обычное начертание, курсив, выравнивание по правому краю).

Через строку: НАЗВАНИЕ ТЕЗИСОВ (размер шрифта 14 пт, полужирное начертание, выравнивание по центру).

Через строку: аннотация, 200-400 печатных знаков; 5-7 ключевых слов (размер шрифта 12 пт, выравнивание по ширине).

Через строку: текст тезисов (размер шрифта 12 пт, выравнивание по ширине).

Через строку после основного текста: данные о научном руководителе – И. О. Фамилия (полностью); с новой строки ученая степень, ученое звание, должность с полным наименованием кафедры; с новой строки наименование образовательного учреждения (размер шрифта 12 пт, курсив, выравнивание по правому краю).

Примеры оформления:

- статей преподавателей, практикующих специалистов – Приложение 2;
- статей аспирантов, магистрантов, студентов – Приложение 3;
- тезисов магистрантов, студентов – Приложение 4.

Редакционная коллегия и организационный комитет Конференции оставляет за собой право отбора материалов для публикации в сборнике и право не публиковать работы, которые:

- содержат некорректные заимствования, использованные с нарушением авторских прав;
- не соответствуют тематике конференции;
- не соответствуют правилам оформления;
- поступили в оргкомитет после 10 марта 2026 г.

Тексты статей и тезисов не редактируются, не рецензируются, публикуются в авторской редакции, причины отказа в публикации участникам не сообщаются.

Организационный комитет

Заявка
участника конференции
«НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ, СОЦИАЛЬНЫЕ
КОММУНИКАЦИИ»

Фамилия, имя, отчество	
Город, страна	
Место работы (полное наименование), должность	
Место учебы, код и наименование направления подготовки, профиля, магистерской программы	
Ученая степень, ученое звание	
Контактный телефон (с кодом города)	
E-mail (обязательно)	
Направление конференции (секция)	
Название доклада /публикации	
Форма участия для преподавателей: <i>(выступление с докладом, очно (онлайн) на пленарном заседании или публикация в сборнике)</i>	
Для обучающихся: <i>ФИО, ученая степень, ученое звание, должность, место работы научного руководителя</i>	

Пример оформления статей преподавателей, практикующих специалистов

УДК 330.03

Е. Н. Петров,

*канд. экон. наук, доц., доцент кафедры экономики и менеджмента
Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск*

МЕСТО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены необходимость и возможности применения маркетинга в деятельности учреждений высшего образования...

Ключевые слова: образование, маркетинговый подход, вуз, услуга, кампус.

E. N. Petrov,

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Management
State Pedagogical University, Novosibirsk*

PLACE OF MARKETING IN THE SPHERE OF HIGHER EDUCATION

The article considers the necessity and possibilities of applying marketing in the activities of higher education institutions...

Keywords: education, marketing approach, university, service, campus.

Постановка проблемы. Современная система высшего образования в России испытывает значительные трансформации, обусловленные изменениями в социальной, экономической, технологической и культурной средах...

Методология исследования. Методами исследования выступил анализ опубликованных в открытых источниках научных статей и монографий...

Заключение. Таким образом, эффективный маркетинг способствует увеличению числа заявок на программы обучения...

Список литературы

1. Гронская И. А., Глебова Д. В. Управление маркетинговыми активами образовательных организаций // Первый экономический журнал. – 2024. – № 6 (348). – С. 99–104.

Пример оформления статей аспирантов, магистрантов, студентов

УДК 330.03

Е. Н. Петров,

*канд. экон. наук, доц., доцент кафедры экономики и менеджмента
Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск*

А. С. Иванов,

*магистрант 1 курса, направление 44.04.01 Педагогическое образование,
магистерская программа «Маркетинг в сфере образования»,
Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск*

МЕСТО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В статье рассмотрены необходимость и возможности применения маркетинга в деятельности учреждений высшего образования...

Ключевые слова: образование, маркетинговый подход, вуз, услуга, кампус.

E. N. Petrov,

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Management
State Pedagogical University, Novosibirsk*

A. S. Ivanov,

*1st year Master's student, direction 44.04.01 Pedagogical education, Master's degree
program "Marketing in education", Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk*

PLACE OF MARKETING IN THE SPHERE OF HIGHER EDUCATION

The article considers the necessity and possibilities of applying marketing in the activities of higher education institutions...

Keywords: education, marketing approach, university, service, campus.

Постановка проблемы. Современная система высшего образования в России испытывает значительные трансформации, обусловленные изменениями в социальной, экономической, технологической и культурной средах...

Методология исследования. Методами исследования выступил анализ опубликованных в открытых источниках научных статей и монографий...

Заключение. Таким образом, эффективный маркетинг способствует увеличению числа заявок на программы обучения...

Список литературы

1. Гронская И. А., Глебова Д. В. Управление маркетинговыми активами образовательных организаций // Первый экономический журнал. – 2024. – № 6 (348). – С. 99–104.

Пример оформления тезисов магистрантов, студентов

УДК 330.03

*А. С. Иванов,
магистрант 1 курса, направление 44.04.01 Педагогическое образование,
магистерская программа «Маркетинг в сфере образования»,
Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск*

МЕСТО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В тезисах рассмотрены необходимость и возможности применения маркетинга в деятельности учреждений высшего образования...

Ключевые слова: образование, маркетинговый подход, вуз, услуга, кампус.

Современная система высшего образования в России испытывает значительные трансформации, обусловленные изменениями в социальной, экономической, технологической и культурной средах...

Научный руководитель – *Е. Н. Петров*,
канд. экон. наук, доц., доцент кафедры экономики и менеджмента,
Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск