

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»  
кафедра государственного и муниципального управления  
Российское общество политологов  
Российская ассоциация политической науки



**V региональная научно-практическая конференция**  
«Актуальные проблемы государственной политики и управления в условиях  
общественной трансформации»  
19 мая 2017 г.

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО**

Уважаемые коллеги!

19 мая 2017 года кафедра государственного и муниципального управления Курского государственного университета проводит V региональную научно-практическую конференцию «Актуальные проблемы государственной политики и управления в условиях общественной трансформации» с изданием сборника материалов.

Основные направления работы конференции:

- *Региональные политические процессы (руководитель секции кандидат политических наук Подосинников Е.Ю.)*
- *Развитие муниципального сообщества и муниципальных образований (руководитель секции кандидат социологических наук, доцент Пясецкая Е.Н.)*
- *Социально-экономическое развитие регионов в России (руководитель секции кандидат экономических наук, доцент Волобуев С.Н.)*
- *Современная молодежная политика: основные направления и пути развития (руководитель секции кандидат социологических наук Чуйков О.Е.)*

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 [g.gmu@mail.ru](mailto:g.gmu@mail.ru).

Авторские материалы принимаются до 28 апреля 2017 г. включительно. После пересылки материала просим обязательно дождаться подтверждения его получения оргкомитетом. Для участников предусмотрен организационный взнос для оплаты сборника материалов конференции.

Статьи участников конференции будут размещены:  
– в электронных научных библиотеках eLIBRARY и CYBERLENINKA;  
– поисковой системе GOOGLE SCHOLAR;  
– в специальном выпуске научно-периодического электронного журнала «Политика, экономика и инновации», ISSN: 2414-0309 (<http://pei-journal.ru>).



НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ  
БИБЛИОТЕКА  
**eLIBRARY.RU**



### ПРОЦЕСС РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ

1. Содержание статьи должно соответствовать тематической направленности журнала.
2. Принимается не более двух статей от одного автора.
4. Для участия в конференции принимаются только ранее не опубликованные авторские тексты.
5. 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.

### ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Максимальный объем статьи – 10 стр., минимальный – 3 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 непременной 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. Борщик Н.Д., Волобуев С.Н., Подосинников Е.Ю., Пясецкая Е.Н. Эволюция систем управления городами Курского края в условиях постсоветской социально-экономической трансформации // Экономические науки. – 2015. – № 6 (127). – С. 42–49. ISSN 2072-0858.
2. Подосинников Е.Ю. Использование социальных стандартов как инструмента управления качеством жизни населения муниципальных образований Курской области // Российская наука и образование сегодня: проблемы и перспективы. – 2015. – № 3 (6). – С. 98-100.
3. Подосинников Е.Ю., Волобуев С.Н., Пясецкая Е.Н. Политика контроля и надзора в сфере государственных и муниципальных закупок, на примере деятельности органов власти Курской области // Политика, экономика и инновации. – 2015. – № 2 (3). – С. 9.
4. Пясецкая Е.Н. Факторы формирования активности местного сообщества // Политика, экономика и инновации. – 2016. – № 1 (3).
5. 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) \_\_\_\_\_