

Условия публикации материалов в сборнике научных трудов по итогам конференции:

Участникам конференции **ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ СТАТЕЙ** необходимо направить статью и сопроводительные документы по электронной почте: grinavtseva_ev@stu.lipetsk.ru до **5.04.2024 г.** Текст статьи направляется в виде файла с расширением docx с указанием фамилии первого автора.

Статья будет опубликована в авторской редакции. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за содержание материалов, подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений.

На конференцию представляется доклад, содержание которого соответствует требованиям к оформлению, не противоречащий законодательству Российской Федерации и академической этике. Доклады, не соответствующие данным условиям, могут быть сняты с участия в конференции на любой ее стадии.

Каждый участник имеет право представить на конференцию не более 2х докладов, в том числе в соавторстве.

Оригинальность статьи по системе <http://www.antiplagiat.ru> должна быть не менее 65%. Файл антиплагиата должен быть обрезан по краю отчета, с отображением автора и названия проверяемой работы.

К участию необходимо предоставить 3 файла: заявка, антиплагиат и квитанция об оплате. Название файла должно соответствовать фамилии и инициалам участника конференции: Иванов_АВ_оплата, Иванов_АВ_статья, Иванов_АВ_антиплагиат.

Условия оплаты:

Реквизиты для оплаты:

Наименование предприятия – Научно-исследовательский институт Липецкого государственного технического университета (НИИ ЛГТУ)

назначение платежа: оплата орг. взноса

если появляется строчка «ФИО ребенка», автор дублирует свои данные
ИНН 4826012416

КПП 482645003

ОКТМО 42701000

КБК 000000000000000000130

Банк Отделение Липецк Банка России // УФК по Липецкой области г. Липецк

Расчетный счет 03214643000000014600

БИК 014206212

Корр. счет 40102810945370000039 Лицевой счет в УФК по Липецкой

области (НИИ ЛГТУ л/с 20466X28690)

Уважаемые участники, обращайтесь внимание на правильный лицевой счет л/с 20466X28690

В случае несоответствия предоставленных материалов установленным требованиям оплата не возвращается.

Требования к оформлению материалов:

Доклад оформляется в текстовом редакторе MS Word. Формулы набираются с помощью редактора MS Equation 3.0.

Параметры страницы:

размер бумаги – формат А4, ориентация – книжная

поля: все по 20 мм.

шрифт: Times New Roman, 14 pt, в таблицах и рисунках – 12

межстрочный интервал – одинарный

абзац – красная строка – 1,25 см, выравнивание – по ширине.

Объем – до 10 полных страниц. Рукописи большего объема принимаются по специальному решению оргкомитета и редколлегии.

Аннотация: 2-3 предложения, отражающих цель и основные положения материалов тезисов. После аннотации должны быть представлены 3-5 ключевых слов.

После аннотации на английском языке должны быть представлены:

- название статьи;
- сведения об авторе;
- текст аннотации;
- ключевые слова.

Страницы не нумеруются.

Библиографический список (не менее 5 источников).

Список источников оформляется в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание» и оформляется в конце текста под названием «Библиографический список». В тексте сноски обозначаются квадратными скобками с указанием в них порядкового номера источника по списку. Например: [2].

Образец оформления статьи:

ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

канд. экон. наук, доцент АЛТУХОВА АЛИНА ВИКТОРОВНА
ФГБОУ ВО «Липецкий государственный технический университет»,
Липецк, Россия

Аннотация: в работе рассматриваются особенности региональной

рекламы. Особое внимание уделено рассмотрению особенностей рекламы в Липецкой области.

Ключевые слова: реклама, бренд, имидж бренда, региональная реклама, рекламная деятельность.

Для успешного проведения рекламной деятельности, необходимо проанализировать социально-экономические показатели региона. Опора на такой подход позволяет использовать в качестве ключевого показателя емкость потребительского рынка [1]. Это не противоречит сложившемуся традиционному этнокультурному подходу, а напротив, дополняет его. При анализе специфики региональной рекламы, специалисты учитывают возможности сверхпотребления населения.

.....

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бурлакова, Е.В. Духовное возрождение региона посредством популяризации исторических объектов / Е.В. Бурлакова, С. М. Качалова // Вестник ЛГТУ. – 2016. – №4. – С.75-79.
2. Бурлакова, Е.В. Особенности формирования и продвижения бренда высшего учебного заведения (на примере Липецкого государственного технического университета) / Е.В. Бурлакова, С.М. Качалова // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2016. – №4 (10) – С. 49-57.