



ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
ФОРУМ МОЛОДЕЖИ

Уральский государственный
экономический университет



Конгресс Молодые экономисты

ПОЛОЖЕНИЕ

**О международном конкурсе
научных статей молодых ученых и студентов
«Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века»
на английском и русском языках**

**Екатеринбург
2013-2014 гг.**

ПОЛОЖЕНИЕ
о международном конкурсе
научных статей молодых ученых и студентов
«Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века: Management & Marketing Challenge»

1. Общие положения

1.1 Международный конкурс научных статей молодых ученых и студентов на английском или русском языках **«Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века: Management & Marketing Challenge»** (далее конкурс) проходит в рамках Пятого Евразийского экономического форума молодежи «Диалог Цивилизаций: Зеленая Экономика».

1.2 **Организаторами конкурса** являются кафедры:

- Маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета;
- Инженерного бизнеса и управления предприятием Российского университета дружбы народов;
- Маркетинга Уральского федерального университета;
- Маркетинга и рекламы Омского государственного университета;
- Международных экономических отношений Омского государственного университета;
- Делового иностранного языка Уральского государственного экономического университета

1.3 **Участники конкурса:** бакалавры, магистранты, молодые ученые; возраст - до **35** лет.

К участию допускаются индивидуальные участники и группы до 2 человек, соответствующие категориям участников. Состав участников должен быть подтвержден списком и резюме каждого участника. Каждый участник должен быть зарегистрирован на официальном портале Форума www.eurasia-forum.ru.

1.4 **Конкурс проводится по четырем номинациям:**

- «Лучшая научная статья по менеджменту студентов бакалавриата и магистратуры»,
- «Лучшая научная статья по менеджменту аспирантов и молодых ученых»
- «Лучшая научная статья по маркетингу студентов бакалавриата и магистратуры».
- «Лучшая научная статья по маркетингу аспирантов и молодых ученых».

1.5 Автор может представить статью только по одному направлению. Прием научных статей осуществляется по следующим направлениям:

1. Экологический менеджмент в организациях различных отраслей и сфер деятельности
2. Маркетинг на рынках экологически чистых товаров и услуг по охране окружающей среды
3. Кросс-культурный менеджмент
4. Инновационный менеджмент
5. Событийный маркетинг менеджмент
6. Маркетинг и реклама в сети Интернет
7. Менеджмент и маркетинг в торговле
8. Поведение потребителей
9. Маркетинг взаимоотношений
10. Стратегический менеджмент
11. Организационное поведение
12. Международный маркетинг в условиях глобализации
13. Управление конкурентоспособностью организаций и стран
14. Бренд-менеджмент
15. Креативный маркетинг и менеджмент
16. Управление бизнес-процессами
17. Управление малым бизнесом
18. Ценообразование в торговле и сфере услуг
19. Стратегии выхода на внешние рынки (слияния и поглощения, стратегические альянсы, совместные предприятия)
20. Маркетинговые коммуникации в эпоху Digital
21. Особенности национального менталитета в предпринимательской деятельности и предпринимательская бизнес-культура
22. Маркетинг инноваций
23. Инновационные подходы к созданию бизнеса и управлению им.

1.6. Объем научной статьи – не более 8 и не менее 3 страниц в формате А4. Научная статья должна быть представлена на английском или русском языках. Число авторов научной статьи не должно превышать 2-х человек. Представленные авторами статьи должны содержать новые научные проблемы, исследования и результаты.

1.7. Требования к структуре и содержанию статьи:

В тезисах и статье должны быть четко поставлены цель и задачи исследования, описаны результаты и выводы. Статья должна содержать в себе логически взаимосвязанные разделы. Все разделы должны начинаться указанным заголовком (включая нумерацию римскими цифрами), выделенными полужирным начертанием.

Название приводится на английском или русском языке

Аннотация объемом до 100 слов.

Ключевые слова (3-10 слов).

I. Введение (постановка проблемы в общем виде и ее связь с последними исследованиями и публикациями с обязательными ссылками в тексте на используемую литературу).

II. Постановка задачи (формулировка целей, гипотез и методов исследования рассматриваемой темы).

III. Результаты (изложение основного материала исследования с обоснованием полученных научных результатов).

IV. Выводы (научная новизна, теоретическое значение исследования, а также перспективы дальнейших научных разработок в данном направлении).

Литература (список использованных источников).

Возможны следующие варианты структуры статьи:

Аннотация Введение Обзор литературы Методы исследования Презентация результатов Рекомендации и выводы Литература	Аннотация Введение Методология Результаты и дискуссия Выводы и направления будущих исследований Литература	Аннотация Библиографический обзор литературы Методология Ключевые гипотезы Выводы Литература
Аннотация Введение Методы исследования Результаты исследования Ключевые факторы для принятия решений Выводы Литература	Аннотация Введение Постановка модели Эмпирические результаты Выводы Литература	Аннотация Введение Теоретические основы проблемы Методы сбора данных Анализ результатов расчетов Выводы Литература

1.8. Требования к оформлению научной статьи

Формат текста – редактор Microsoft Word, версия 7 и выше. Текст выровнен по ширине без расстановки переносов. Абзацный отступ – 1,25. Межстрочный интервал одинарный. Ориентация листа – книжная. Все поля 20 мм. Шрифт – Times New Roman (TNR). **Страницы не нумеруются.**

Заголовок: Название, TNR 22, выравнивание по центру страницы. Имя, отчество полностью и фамилия автора, научный руководитель – фамилия, имя, отчество полностью, ученая степень, должность, TNR 12, жирный, выравнивание по центру страницы. Название организации, TNR 10, жирный, выравнивание по центру страницы. Адрес организации и адрес электронной почты автора, TNR 10, жирный, выравнивание по центру страницы.

Аннотация, Ключевые слова: TNR 12, курсив, выравнивание по ширине страницы.

Основной текст и ключевые слова разделяет двойной межстрочный интервал: TNR 12, выравнивание по ширине страницы.

Таблицы: номер и название таблицы должны быть размещены по центру над таблицей, TNR 12. Текст внутри таблицы: TNR 8, выравнивание по центру колонки или страницы. Сокращения не используются, приводятся полные наименования, и в скобках указывается символ.

Рисунки: названия графиков и рисунков располагаются под ними (TNR 12, выравнивание по центру). Используются полные наименования без сокращений. Надписи на рисунках: TNR 8.

Ссылки: указываются в квадратных скобках в тексте в конце предложения перед точкой. Ссылки размещаются в конце статьи (TNR 8, выравнивание по ширине страницы).

Сокращения, применяемые в тексте: при первом упоминании приводятся полностью, и в скобках указывается символ.

Уравнения: (TNR 10, *Italic*, выравнивание по центру страницы). Номера уравнений указываются цифрами в круглых скобках с правого края. Ссылка на уравнение делается перед уравнением. Символы, встречающиеся в уравнениях, описываются сразу после приведенного уравнения.

Списки: маркированные списки начинаются с тире.

Нумерация глав осуществляется с использованием римских цифр.

2. Цели и задачи конкурса

2.1 **Цель** – формирование аналитических, научно-исследовательских, творческих компетенций; а также содействие в проведении дальнейших исследований молодых ученых и студентов в области актуальных проблем менеджмента и маркетинга на международном уровне

2.2 Задачи конкурса:

- выявить аналитический потенциал молодых ученых и помочь им заявить о своих разработках на международном уровне, предоставив возможность публикации результатов их исследований в зарубежных журналах и других международных изданиях на английском языке;
- сформировать навыки письменного оформления научных публикаций с учетом требований и подходов, выработанных мировым научным сообществом;
- предоставить электронную площадку молодым ученым и студентам из России, стран СНГ и вне СНГ для обмена знаниями, инновационными идеями, опытом в области управления организацией и ее маркетинговой деятельности;
- определить наиболее актуальные направления развития менеджмента и маркетинга в среднесрочной и долгосрочной перспективе, а также новые тренды в создании бизнеса и организационного поведения; изучить оригинальные подходы и механизмы решения современных проблем управления организацией и продвижения товаров и услуг на рынок в эпоху цифровых технологий;
- объединить усилия творческой молодежи в разработке инновационных решений глобальных проблем современного этапа экономического развития стран мира.

3. Оформление заявок

3. 1. Для участия в конкурсе необходимо пройти регистрацию на сайте <http://www.eurasia-forum.ru>, нажав кнопку **«Принять участие»** на странице конкурса (Конгресс молодых экономистов, Школа менеджмента и маркетинга).

3. 2. Для отправления заявки необходимо заполнить поля и прикрепить к анкете файл–резюме участника или, если проект выполняет группа, список участников и резюме каждого конкурсанта.

3. 3. Заявки на участие и тезисы научных статей принимаются **до 1 февраля 2014 года.**

4. Порядок проведения конкурса

4. Конкурс проходит в два тура:

4.1 «Отборочный тур»

«Отборочный тур»: принимаются заявки для участия в конкурсе по требованиям, установленным настоящим положением и **тезисы научных статей не более 300 слов**. Тезисы должны содержать четкую постановку проблемы и цели исследования, ожидаемые результаты и предварительные выводы, которые будут раскрыты в полном варианте научной статьи. Тезисы направляются в электронном виде по адресу: mmc.usue@gmail.com. Название файла формируется из номера направления, фамилии автора (5_XXXXX.doc). В случае соавторства - указывается фамилия первого автора.

Экспертный совет проводит заочный отбор тезисов и формирует список участников на официальном портале форума www.eurasia-forum.ru, которым предлагается прислать полные варианты научных статей **до 1 марта 2014 года**.

Тезисы и научные статьи рассматриваются как минимум двумя членами экспертного совета. Авторы получают подтверждение прохождения во второй тур до **9 февраля 2014 года**. Все рекомендованные работы, поступившие в экспертный совет **до 1 марта 2014 года**, будут сформированы в электронный сборник научных трудов с присвоением ISBN индекса и размещены на сайте форума.

4.2 «Финал»: Экспертный совет определит 3-х победителей по каждой из 4-х номинаций **до 1 апреля 2014 года**, которые приглашаются в Екатеринбург для презентации результатов исследований, участия в финальных мероприятиях Форума **23-26 апреля 2014 года** в рамках **Школы менеджмента и маркетинга**. Научные статьи победителей будут выдвинуты для опубликования в журналах УрГЭУ: Управленец и Известия УрГЭУ, которые входят в список научных журналов, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

5. Критерии оценки тезисов и научных статей

При подведении итогов учитываются следующие критерии научной публикации:

- соответствие направлениям конкурса и актуальность научной проблемы (5 баллов);
- самостоятельность проведения и степень оригинальности научных исследований (10 баллов);
- использование адекватной исследовательской методологии (10 баллов);
- четкость определения целей и аргументированность выводов исследования (5 баллов);
- логика в изложении материала (5 баллов);
- степень владения профессиональным английским языком (5 баллов).

6. Экспертный совет

6.1 Экспертный совет формируется организаторами из числа высококвалифицированных преподавателей, ведущих ученых и специалистов из состава организаторов конкурса, а также приглашенных экспертов из вузов, академических институтов, иных организаций и учреждений России и мира.

6.2 Состав экспертного совета:

Российские эксперты:

Иванова Татьяна Борисовна, к.с.н., доцент кафедры инженерного бизнеса и управления предприятием Российского университета дружбы народов

Ивукина Елена Сергеевна, к.э.н., доцент кафедры делового иностранного языка

Возмилов Иван Дмитриевич, к.э.н., доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента

Капустина Лариса Михайловна, д.э.н., профессор, зав. кафедрой Маркетинга и международного менеджмента Уральского государственного экономического университета

Ковалев Виктор Евгеньевич, к.э.н., зав. кафедрой внешнеэкономической деятельности Уральского государственного экономического университета

Козлова Оксана Александровна, д.э.н., профессор кафедры маркетинга и рекламы Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, член Европейской академии маркетинга (ЕМАС), управляющий партнер маркетингового агентства «Делфи».

Котляревская Ирина Васильевна, д.э.н., зав. кафедрой маркетинга Уральского федерального университета

Куклин Александр Анатольевич, д.э.н., проф., руководитель Центра экономической безопасности Института экономики УрО РАН

Маркова Татьяна Леонидовна, к.с.н., доцент кафедры делового иностранного языка Уральского государственного экономического университета

Ойнер Ольга Константиновна, д.э.н., зав. кафедрой маркетинга фирмы Государственного университета – Высшей школы экономики

Ультан Светлана Ивановна, к.э.н., доцент кафедры международных экономических отношений факультета международного бизнеса Омского государственного университета

Зарубежные эксперты:

Асророва Мавлюда Абдушукуровна, зав. кафедрой менеджмента, к.э.н., доцент Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики

Барабанер Хелик Зеликович Таллиннский государственный университет (Эстония)

Даулетова Азиза Мекемтасовна, зав. кафедрой маркетинга и логистики Карагандинского экономического университета (Республика Казахстан)

Долорес Санчес Бенгоа, доктор наук, преподаватель-исследователь Института прикладных исследований Волаберга (Австрия)

Мукашев Тимур Абугалиевич, к.э.н., директор института рыночных отношений Карагандинского государственного университета (Казахстан)

Солиев Ашурбой Абдувохидович, декан факультета экономики и управления, к.э.н., доцент Таджикского национального университета

Бернд Халиер, Bernd Hailier, профессор, Европейская Академия торговли (Германия), Prof. European Retail Academy (Germany)

Филлип Аймел, Phillip Imel профессор Северного колледжа Вирджинии (США) (USA)

Томаш Бранька, профессор факультета политических наук и журналистики Университета Адама Мицкевича в г. Познань (Польша), **Dr. Tomasz Branka**, Faculty of Political Science and Journalism Adam Mickiewicz University in Poznan (Poland)

Итало Тревизан, профессор кафедры экономики и менеджмента Университета Тренто (Италия) **Italo Trevisan** Prof. Department of Economics and Management, Trento University (Italy)

Ермошенко Николай Николаевич, д.э.н., зав. кафедрой маркетинга, управления и экономики предпринимательства Национальной Академии Управления, г. Киев (Украина)

Мариам Восканян заведующая кафедрой Российско-Армянского (славянского) университета (Армения),

Старовойтова О.В., к.э.н., Белорусский государственный экономический университет (Минск, Республика Беларусь)

Янгос Хаджияннис, директор Кипрского института маркетинга (Международной школы бизнеса), (Кипр)

Мариус Вакарелу, Национальная школа политики и юриспруденции Бухареста, Румыния

Ян Квигли, преподаватель-исследователь Пражского экономического университета (Чехия)

6.3 В обязанности членов Экспертного совета входит:

- проверка соответствия конкурсных работ указанным требованиям во время заочного отбора;
- определение победителей конкурса научных статей по 4 номинациям;
- ведение протокола конкурса.

6.4 Экспертный совет принимает решение на основании суммы баллов, полученных конкурсантами.

6.5 Экспертный совет имеет право выделить специальные номинации.

7. Подведение итогов

7.1 По решению экспертного совета присваиваются I, II, III места по каждой номинации.

7.2 Научные статьи победителей будут выдвинуты для опубликования в журналах УрГЭУ: Управленец и Известия УрГЭУ, которые входят в список научных журналов, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

7.3 По желанию участников статьи могут быть опубликованы в сборнике научных трудов на платной основе.

8. Контактные данные

Организатор конкурса:

Кафедра Маркетинга и международного менеджмента Института менеджмента УрГЭУ
тел. 8 (343) 221-17-86, mmm@usue.ru

Зав. кафедрой Капустина Лариса Михайловна, д.э.н., проф., lapustina@bk.ru

Координатор конкурса:

Жадько Евгения Александровна, mmc.usue@gmail