ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»
Институт гуманитарных и социальных наук
Высшая школа философии, психологии и социологии
Кафедра политологии и связей с общественностью

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

Уважаемые коллеги!

Приглашаем вас принять участие в **XIX Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика»**, которая состоится **19 ноября 2026 года** и приурочена ко Дню преподавателя высшей школы.

Целевой ориентир конференции в 2026 году – критические социально-гуманитарные технологии по Приоритетному направлению научно-технологического развития «Укрепление социокультурной идентичности российского общества и повышение уровня его образования».

Тематические направления работы конференции соответствуют одной из трех групп критических технологий:

1. Технологии системного анализа и прогноза социально-экономического развития и безопасности Российской Федерации в формирующемся миропорядке.
2. Современный инструментарий исследования и укрепления цивилизационных основ и традиционных духовно-нравственных ценностей российского общества, включая историко-культурное наследие и языки народов Российской Федерации.
3. Социально-психологические технологии формирования и развития общественных и межнациональных отношений.

(Указ Президента Российской Федерации от 18 июня 2024 г. № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоемких технологий»)

«Осмысление социальных, культурных, технологических процессов и явлений с опорой на традиционные ценности и накопленный культурно-исторический опыт позволяет народу России своевременно и эффективно реагировать на новые вызовы и угрозы, сохраняя общероссийскую гражданскую идентичность.»

(п. 8. Указа Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»)

Цель конференции – научно-практический анализ современных социальных и гуманитарных технологий коммуникации, включая цифровые инструменты и искусственный интеллект, в контексте укрепления социокультурной идентичности российского общества, сохранения традиционных российских духовно-нравственных ценностей, развития межнационального и межкультурного диалога, формирования общественного доверия и повышения эффективности коммуникационного взаимодействия в условиях трансформации современного информационного пространства.

Конференция направлена на развитие регионального и федерального научного сотрудничества, обмен исследовательским и профессиональным опытом, объединение академического и практического подходов к коммуникациям. В работе конференции предполагается обсуждение результатов фундаментальных и прикладных исследований,

практических кейсов, новых методик, цифровых инструментов и образовательных практик подготовки специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

К участию в конференции приглашаются ученые, преподаватели вузов и колледжей, аспиранты, магистранты, студенты, руководители, педагоги, представители общественных организаций и профессионального сообщества.

Основные вопросы для обсуждения

1. Цифровые технологии и искусственный интеллект в системе социальных коммуникаций: возможности и риски укрепления социокультурной идентичности российского общества.
2. Трансформация профессиональной подготовки специалистов по рекламе и связям с общественностью в контексте укрепления гражданской идентичности и традиционных российских духовно-нравственных ценностей.
3. Коммуникационные стратегии формирования общественного доверия и информационной безопасности в условиях трансформации современного медиапространства.
4. Медиакоммуникации и прогнозирование социальных процессов: технологии анализа общественных настроений, информационных рисков и изменений социокультурной среды.
5. Генеративный искусственный интеллект и креативные индустрии: этические и социокультурные аспекты применения новых технологий в рекламе и PR.
6. Цифровая персонализация и алгоритмизация коммуникаций: влияние на общественное сознание, социальные установки и ценностные ориентации аудитории.
7. Репутационные и кризисные коммуникации в условиях социальных изменений: технологии предупреждения конфликтов и укрепления общественного доверия.
8. Коммуникационный потенциал историко-культурного наследия и языков народов России в формировании общероссийской гражданской идентичности.
9. Социально-психологические технологии межкультурной и межнациональной коммуникации: укрепление общественного согласия и развитие диалога между народами России.
10. Реклама, PR и социальные коммуникации как инструменты сохранения традиционных ценностей, развития территориальной идентичности и укрепления социокультурного единства российского общества.

В рамках конференции планируется проведение **конкурса студенческих работ** (см. Приложение 1) и **издание электронного сборника** материалов конференции, сборник будет размещен в базе данных РИНЦ.

Организационный взнос за участие в конференции с публикацией статьи составляет **500 рублей.**

Требования для участия в конференции с публикацией статьи:

Для участия в конференции необходимо до **17 ноября 2026 года** направить в оргкомитет:

1. Анкету участника (см. Приложение2, озаглавить файл, например: «Иванов Анкета»).
2. Текст статьи в электронном виде (озаглавить файл, например, «Иванов Статья»).
3. Справку-антиплагиат с ресурсов в свободном доступе (озаглавить файл, например: «Иванов Антиплагиат»). Оригинальность текста должна составлять **не менее 75 %.**

Место и формат проведения

Место проведения – Уфимский университет науки и технологий, главный корпус (г. Уфа, ул. З. Валиди, 32), 3 этаж, актовый зал, начало в 10:00.

Крайний день отправки документов и оплаты организационного взноса **– 17 ноября 2026 г.**

Сроки подачи статей: тексты статей по приведенной ниже форме (см. Приложение 3).

Материалы присылать **до 6 декабря 2026 года**

- на электронную почту: **missvalerie.95@yandex.ru.**

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий», л/с 20016НЖНЭ70		
0274975591 *(ИНН получателя платежа)*	**027401001** *(КПП получателя платежа)*	**03214643000000015109** *(номер р/счета получателя платежа)*
ОКЦ № 1 Сибирского ГУ Банка России//УФК по Новосибирской области г. Новосибирск *(наименование банка получателя)*		**015004950** *(БИК)*
КБК: **00000000000000000130;** *ОКТМО:* **80701001**		**Доступна оплата по QR-коду через мобильное приложение и банкоматы банка.**
Вид платежа: ***Оплата за конференцию//Лицевой счет:1108***		
Ф.И.О. участника:		
Тема конференции:		
Сумма платежа: _____ руб. _____коп. «_____»_____ 20____г.		

Доступна оплата по QR-коду через мобильное приложение и банкоматы банка.

Наименование услуги при оплате организационного взноса: УУНиТ, г. Уфа, ИНН 0274975591, «Конференции».

В назначении платежа **(ОБЯЗАТЕЛЬНО)** необходимо указать номер темы конференции: 046-ИГ-СО-ФЛ-26

После оплаты необходимо отправить чек на адрес: **missvalerie.95@yandex.ru.**

ВАЖНО!

- Организаторы имеют право отклонить рукопись, не соответствующую требованиям.
- Всем студентам обязательно указать научного руководителя.
- Каждый обучающийся несёт ответственность за редакцию статей.

Структура статьи (см. Приложение 3):

– у правого поля – УДК; у левого на этой же строке – фамилия, инициалы автора, город;

– ниже по центру полужирным шрифтом прописными буквами название статьи;

– текст работы;

– список литературы (по ГОСТ Р 7.0.5–2008, озаглавить список **Литература:**);

– в конце статьи справа: специальный знак © (копирайт) с указанием имени обладателя исключительных прав, года первого опубликования (например: © Петров А.А., 2023).

Материалы направлять на e-mail: **missvalerie.95@yandex.ru.**

Название статьи не должно совпадать с формулировкой вопросов, представленных для обсуждения в ходе конференции.

При несоответствии тематики, нарушении требований к оформлению или сроков статьи не публикуются.

От каждого преподавателя принимается не более 5 статей, публикуемых совместно со студентами/магистрантами.

Количество соавторов не должно превышать 3 человек.

Оформление:

– объем – не более 8 страниц для преподавателей и аспирантов, не более 5 страниц для студентов и магистрантов;

– текст – редактор MSWord, шрифт Times New Roman, кегль 14, интервал 1,5, абзац – 1,25 см, все поля – 2 см;

– сноски в квадратных скобках [3, 15; 5, 25], где первая цифра – номер источника в списке литературы, вторая – номер страницы в источнике;

– нумерация источников в списке литературы в порядке упоминания в тексте.

Оргкомитет:

1. Газизов Рафаэль Аркадьевич, д-р филол. наук, проф., и.о. директора Института гуманитарных и социальных наук (председатель);

2. Лавренюк-Исаева Наталья Михайловна, канд. социол. наук, доц., заместитель директора по научной работе Института гуманитарных и социальных наук (заместитель председателя);

3. Гарипова Галия Ризвановна, канд. филос. наук, доц., и. о. заведующего кафедрой политологии и связей с общественностью Института гуманитарных и социальных наук (сопредседатель);

4. Силиванец Ангелина Владимировна, канд. филол. наук, доц. кафедры политологии и связей с общественностью Института гуманитарных и социальных наук;

5. Сулейманова Римма Рифхатовна, канд. филос. наук, доц. кафедры политологии и связей с общественностью Института гуманитарных и социальных наук;

6. Арчибасов Максим Евгеньевич, старший преподаватель кафедры политологии и связей с общественностью Института гуманитарных и социальных наук;

7. Гаева Валерия Сергеевна, ассистент кафедры политологии и связей с общественностью Института гуманитарных и социальных наук

8. Мутугулина Нелли Игоревна, ассистент кафедры политологии и связей с общественностью Института гуманитарных и социальных наук.

Адрес оргкомитета конференции:

Республика Башкортостан, 450076, г. Уфа, ул. К. Маркса 3/4, гуманитарный корпус УУНиТ, каб. 412. Контактный телефон - +7(347) 229-97-40. Кафедра политологии и связей с общественностью ИГСН УУНиТ.

Приложение 1.

ПРИГЛАШАЕМ СТУДЕНТОВ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ ВО ВСЕРОССИЙСКОМ КОНКУРСЕ СТУДЕНЧЕСКИХ РАБОТ «PR-МАСТЕРСКАЯ: КОММУНИКАЦИОННОЕ РЕШЕНИЕ 2026»

В рамках конференции проводится Всероссийский конкурс студенческих работ «PR-мастерская: коммуникационное решение 2026». Конкурс ориентирован на практическое изложение материала, а также на демонстрацию профессионального мышления будущего PR-специалиста: умение анализировать коммуникационную проблему, определять аудиторию, формулировать идею и превращать её в конкретное коммуникационное решение.

Идея конкурса – дать студентам возможность попробовать себя в роли коммуникационного агентства. Участникам предлагается получить единый кейс или выбрать один из предложенных организаторами кейсов, выявить коммуникационную проблему организации/проекта и разработать краткую PR-кампанию, которую можно представить заказчику.

Концепция конкурса

«PR-мастерская: коммуникационное решение 2026» – практический конкурс, в котором студент выступает в роли коммуникационного специалиста или мини-агентства. Задача участника – проанализировать предложенный кейс, определить коммуникационную проблему, сформулировать стратегическую идею и представить решение, которое можно реализовать на практике.

Формат конкурсной работы: командная работа (2–4 человека) либо индивидуальное участие. Рекомендуемый результат – презентация до 10 слайдов и устный питч продолжительностью до 5 минут. В работе должны быть представлены: анализ проблемы и аудитории, коммуникационная цель, ключевая идея/концепция, сообщение и tone of voice, набор каналов и инструментов, пример креативного решения, механика реализации, показатели оценки эффективности. Допускается использование генеративного ИИ, однако участники должны обозначить, какие элементы были созданы с его помощью, и несут ответственность за содержание и корректность представленного решения.

Конкурс проводится в два этапа: **заочный отбор** конкурсных работ и **очная защита** финалистов в рамках конференции.

Главный принцип конкурса

Не пытайтесь показать всё, что вы знаете о рекламе и PR. Покажите, что вы умеете решать коммуникационную задачу. Жюри должно за несколько минут понять: какую проблему вы увидели, для кого вы работаете, какую идею предложили, как она будет реализована и по каким признакам можно определить её результат.

Организационная рамка конкурса

• Участники: студенты бакалавриата и специалитета, магистранты; рекомендуемый состав команды – 2-4 человека.

• Предварительный этап: направление конкурсной заявки и презентации сроком до 07.11.2026 г. на электронную почту: **n.mutugulina@yandex.ru**.

• Финальный этап: публичная защита лучших решений в рамках конференции 19 ноября 2026 года.

• Жюри: члены оргкомитета.

• Результат: дипломы победителя и призеров, а также дипломы в специальных номинациях.

Критерии оценивания конкурсных работ

Критерий	Что оценивается	Баллы
Анализ коммуникационной проблемы	точность постановки проблемы, понимание контекста и причин	0–15
Анализ целевой аудитории	сегментация, инсайт, соответствие решения аудитории	0–10
Стратегическая логика	связь проблемы, цели, сообщения, инструментов и результата	0–15
Креативность идеи	оригинальность, выразительность и потенциал коммуникационной идеи	0–15
Практическая реализуемость	реалистичность ресурсов, каналов, сроков и механики	0–10
Качество визуального / текстового решения	целостность концепции и качество представленных материалов	0–10
Система оценки эффективности	релевантность KPI и возможность измерить результат	0–10
Публичная защита	аргументация, ясность питча, ответы на вопросы жюри	0–10
Корректность использования ИИ	прозрачность использования ИИ и самостоятельность принятия решений	0–5

Максимальное количество баллов – 100. По итогам конкурса определяются победитель и призеры. Дополнительно могут быть учреждены специальные номинации: «Лучшая коммуникационная идея», «Лучший креатив», «Лучшее использование цифровых инструментов», «Лучший социальный кейс».

Образец конкурсной заявки

Название конкурсной работы	«_____»
Название команды	«_____»
Формат участия	☐ индивидуально ☐ команда
ФИО участника / участников	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____
Образовательная организация	_____
Направление подготовки / курс	_____
Руководитель (при наличии)	_____
Контактный e-mail	_____
Телефон капитана команды	_____

Краткое описание конкурсного решения

1. Какую проблему мы решаем? Опишите исходную коммуникационную ситуацию и сформулируйте проблему в 2-4 предложениях.

2. Для кого мы работаем? Опишите основную целевую аудиторию: кто эти люди, что для них важно, какой у них контекст/барьер.

3. Какую коммуникационную цель ставим? Сформулируйте конкретный результат коммуникации. Например: повысить осведомлённость, изменить отношение, стимулировать

действие, повысить доверие.

4. Какой инсайт лежит в основе решения? Что важного мы понимаем об аудитории, на чём можно построить коммуникацию?

5. Какова большая идея? Сформулируйте одну фразу, которая выражает центральную коммуникационную идею проекта.

6. Какое главное сообщение? Что именно аудитория должна понять, почувствовать или запомнить?

7. Какие инструменты и каналы используем? Перечислите 3–6 ключевых инструментов и объясните, почему они подходят аудитории.

8. В чём креативное решение? Опишите визуальную/текстовую/событийную/цифровую реализацию идеи. Можно приложить макет.

9. Как реализуем проект? Кратко покажите этапы, основные активности и предполагаемые ресурсы.

10. Как измерим результат? Укажите 3–5 KPI или иных показателей эффективности и объясните, что именно они покажут.

Декларация использования генеративного ИИ

Если при подготовке работы использовались ChatGPT, Midjourney, нейросетевые видеогенераторы, генераторы изображений, текстовые или аналитические ИИ-инструменты, это необходимо указать.

Пример: «При подготовке работы использовался генеративный ИИ для поиска вариантов слогана и создания чернового визуального концепта. Финальная идея, отбор вариантов, редактирование текста и принятие коммуникационных решений выполнены участниками команды самостоятельно».

Участники несут ответственность за содержание конкурсной работы, достоверность приведённых данных, соблюдение авторских прав и корректность использования ИИ.

Что должно быть в презентации

*Слайд 1. Титульный***.** Название проекта; название команды; участники; вуз; направление/курс.
*Слайд 2. Коммуникационная проблема***.** Что происходит? В чём проблема? Почему она требует коммуникационного решения? Используйте 1–3 факта или наблюдения.
*Слайд 3. Целевая аудитория***.** Кто аудитория? Какой сегмент является главным? Что для него важно? Можно использовать короткий портрет персонажа.
Слайд 4. Цель и инсайт. Одна коммуникационная цель + ключевой инсайт аудитории.
Слайд 5. Большая идея **–** Главная идея кампании. Одна сильная формулировка + краткое объяснение.
Слайд 6. Сообщение и tone of voice **–** Что говорим аудитории и каким языком? При необходимости покажите 2–3 примера сообщений.
Слайд 7. Креативная концепция **–** Ключевой визуал, слоган, сценарий ролика, механика спецпроекта или другой главный креативный элемент.
Слайд 8. Каналы и инструменты **–** Где и как распространяется идея: соцсети, медиа, блогеры, мероприятия, наружная реклама, digital и т. д.
Слайд 9. План реализации и KPI **–** Основные этапы + 3–5 показателей эффективности.
Слайд 10. Финальный слайд **–** Одна фраза, которая отвечает на вопрос: «Почему именно это решение должно сработать?».

Технические требования к презентации

• Объём – не более 10 слайдов.
• Формат файла – PPTX или PDF.
• Соотношение сторон – 16:9.

• Шрифт должен быть читаемым с расстояния; основной текст рекомендуется делать не мельче 20–22 pt.
• Один слайд – одна основная мысль. Не перегружайте слайды сплошным текстом.
• Используйте схемы, фотографии, макеты, скриншоты и визуальные примеры там, где они помогают объяснить решение.
• Все цифры, исследования, изображения и цитаты, требующие подтверждения, должны иметь источник.
• Не используйте изображения и музыку, права на которые не позволяют публичное использование.
• Название файла: Фамилия_Команда_PR-мастерская_2026.pdf.
• На защите презентация должна открываться без доступа к интернету.

Рекомендуемый сценарий питча – 5 минут

• 0:00-0:30 – кто мы и какую проблему решаем.
• 0:30-1:15 – аудитория и инсайт.
• 1:15-2:15 – цель и большая идея.
• 2:15-3:30 – креативная концепция и основные инструменты.
• 3:30-4:20 – реализация и KPI.
• 4:20-5:00 – финальный аргумент: почему решение актуально и реализуемо.

Чек-лист перед отправкой

☐ Заявка заполнена полностью.
☐ В работе чётко сформулирована коммуникационная проблема.
☐ Определена конкретная целевая аудитория.
☐ Есть одна понятная коммуникационная цель.
☐ Сформулированы инсайт и большая идея.
☐ Показано конкретное креативное решение, а не только описание.
☐ Выбраны обоснованные каналы коммуникации.
☐ Есть план реализации.
☐ Есть измеримые KPI.
☐ Указано использование ИИ, если он применялся.
☐ Все сторонние данные и материалы имеют источники.
☐ Презентация укладывается в 10 слайдов и готова к выступлению до 5 минут.

Приложение 2

Анкета участника

Данные	Сведения об авторе	Сведения о научном руководителе (*для студентов, магистрантов, аспирантов*)
Название доклада	*Название доклада указывается с соблюдением прописных и строчных букв. Например:* Рекламная деятельность в Республике Башкортостан	
УДК		
Ф.И.О.		
Ученая степень, звание		
Место работы, учебы		
Должность		
Телефон		
E-mail		

Приложение 3

Образец оформления статей

УДК 304.2 **Иванов Д.С. (г. Уфа)**

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И СПОСОБЫ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст…

Литература:

1. …
2. …
3. …

© Иванов Д.С., 2025

Образец оформления статей студентов, магистрантов

УДК 304.2 **Иванов Д.С. (г. Уфа)**
Научный руководитель – канд. социол. наук Петров А.А.

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И СПОСОБЫ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст. Текст…

Литература:

1. …
2. …
3. …

© Иванов Д.С., Петров А.А., 2025