

АЛГОРИТМ ПОДАЧИ ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ В КОНФЕРЕНЦИИ

1. Ознакомьтесь со следующей информацией:

Для участия в **конференции** необходимо пройти электронную регистрацию по ссылке: <https://lomonosov-msu.ru/rus/event/9981/>

и выслать на адрес disk@rguk.ru следующие материалы:

Название материала	Название файла	Пример
Заявка на участие	ФамилияИ.О.-заявка ВУЗ	ИвановА.О.-заявка РГУ.docx
Статья	ФамилияИ.О.-статья ВУЗ	ИвановА.О.-статья РГУ.docx
Согласие научного руководителя	ФамилияИ.О.-согласие ВУЗ	ИвановА.О.-согласие РГУ.pdf

Работы участников, незарегистрированных по ссылке, не принимаются!

2. Оформление статьи

Требования к оформлению статей

2.1. К опубликованию принимаются статьи, представленные в виде файлов формата Word (должен использоваться текстовый редактор Microsoft Office Word, шрифт Times New Roman). **Файлы в формате PDF и TeX не принимаются! Размер файла со статьей – не более 1,0 Мб.**

2.2. Объем статьи (включая иллюстративный материал, подписи к рисункам, таблицы, список литературы) должен составлять 6-8 страниц печатного текста. Таблицы и рисунки **не должны занимать более 20%** общего объёма статьи. Рекомендуемое количество авторов статьи не должно превышать 3-4. **От одного автора (в соавторстве) принимается не более 3 статей. Научный руководитель может быть соавтором не более 3 статей.**

2.3. Статья должна содержать следующие последовательно расположенные элементы (именно в такой последовательности они должны быть расположены в авторском файле с текстом статьи):

- индекс универсальной десятичной классификации (УДК), можно получить в библиотеке Вашей организации или самостоятельно по ссылке <https://teacode.com/online/udc/>;
- заголовок (название) статьи (на русском языке);
- фамилии авторов и инициалы (на русском языке);
- названия учреждений, в которых они обучаются или работают (на русском языке);
- текст статьи (на русском языке);
- список использованных источников;
- знак © с указанием ФИО авторов и года публикации статьи.

2.4. Правила оформления статьи.

В представленной авторами статьи не должны использоваться табуляции, принудительные переносы и лишние пробелы. Каждый элемент статьи должен быть отделен от соседних элементов дополнительным межстрочным интервалом.

Элементы статьи должны быть оформлены в соответствии со следующими требованиями:

- Статья начинается с индекса УДК. Размер шрифта – 14 пунктов, полужирный, выравнивание по левому краю.
- Заголовок (название) статьи должен чётко отражать её содержание. Размер шрифта – 14 пунктов, полужирный, прописными буквами, выравнивание по центру. Не допускается, чтобы заголовок состоял из нескольких предложений. Заголовок статьи также не должен содержать математические и химические формулы, буквы алфавитов отличных от русского и латинского, а также аббревиатур.

- Фамилии и инициалы авторов пишут шрифтом размером 14 пунктов, выравнивание по центру, фамилии авторов разделяют запятыми. Если научный руководитель не является соавтором статьи, то после перечисления авторов указывается: Научный руководитель ФИО.

- Название организации, которую представляет автор, пишется 12 шрифтом (полужирным, курсивом), выравнивание по центру. Обращаем внимание на то, что эти сведения должны полностью совпадать с информацией, размещенной на официальном сайте организации. Далее через одну пустую строку располагается текст статьи.

- Текст статьи.

Поля – 2,5 см со всех сторон. Размер шрифта – 14 пунктов, межстрочный интервал – одинарный, выравнивание по ширине страницы, абзацный отступ – 1,25 см. Устанавливается в опции «Абзац» (**не использовать для образования отступа клавиши «Отступ» и «Табуляция»!**).

Дополнительные приёмы по выравниванию текста, центровке строк, изменению интервалов, разрыву страниц или разделов, принудительному переносу не используется.

Встречающиеся в тексте условные обозначения и сокращения должны быть раскрыты при их первом упоминании в тексте.

Единицы физических величин, используемых в статье, должны входить в Международную систему единиц (СИ). Допускается использование единиц, разрешенных к применению наряду с единицами СИ, а также кратных и дольных единиц.

Все формулы набираются полностью в редакторе формул с выравниванием по центру страницы. Номера формул проставляются в скобках справа. **Не принимаются тексты статей с формулами, представленными в виде рисунков или наборов символов с вставками элементов MathType.**

В тексте до размещения таблицы или рисунка (фотографии, схемы, графика) должна быть обязательно ссылка на рисунок (Рис. 1) или таблицу (Табл. 1).

Таблицы должны располагаться в пределах рабочего поля. Оформление таблицы см. ниже. Таблицы нумеруются в порядке их упоминания в тексте. **Информация, представленная в виде диаграмм и графиков, не должна дублироваться в виде таблиц.**

Все иллюстрации (рисунки, диаграммы, графики, фотографии) размещаются в рамках рабочего поля в тексте статьи, исходя из логики изложения, и нумеруются в порядке их упоминания в тексте. **Обтекание рисунка текстом не допускается. Нумерация рисунков НЕАВТОМАТИЧЕСКАЯ!** Иллюстрации должны быть понятными, а надписи на них соответствовать тексту. Использование рисунков допускается только в форматах JPEG, PNG, TIFF. На каждый рисунок

должна быть как минимум одна ссылка в тексте. В статье могут быть представлены ТОЛЬКО иллюстрации, выполненные лично авторами (соавторами).

Не допускается использование альбомного расположения рисунков и таблиц.

После текста статьи обязательно располагается список использованных источников. Не допускается автоматическое составление и автоматическая нумерация источников литературы. Они располагаются в порядке их упоминания в статье. Порядковый номер ссылки указывается в квадратных скобках в соответствующей строке текста статьи. Не допускается оформление внутритекстовых ссылок в виде постраничных сносок. Рекомендуемое количество источников от 5 до 10. Оформление библиографического описания должно соответствовать ГОСТ Р 7.0.100-2018.

2.5. После списка использованных источников обязательно указать знак копирайт © с указанием ФИО авторов (через запятую) и год публикации статьи.

3. Оформление согласия научного руководителя на публикацию статьи

Нужно выполнить следующие шаги:

1. Распечатать первую страницу статьи (оформленную согласно требованиям).
2. На данной странице научный руководитель должен написать, что он согласен с опубликованием статьи в Сборнике материалов, поставив подпись с расшифровкой и дату (см. пример).
3. Сделать скан согласия в формате pdf.

Пример оформления:

УДК 659.4

КАК И ЗАЧЕМ ПРОДВИГАТЬ БРЕНД В ЮВЕЛИРНОМ БИЗНЕСЕ

Покровская Е.И.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)», Москва

В последние годы на российском ювелирном рынке определились два тренда – высокая доступность товаров народного потребления и изменение потребительских предпочтений в связи с кризисом. При проведении исследования принимались во внимание эти тенденции, наряду с усилением конкуренции среди производителей, появлением большого количества схожих брендов, каждый из которых пытается сохранить свою идентичность на рынке. Чтобы дать бренду конкурентное преимущество, производители предпринимают определённые действия, такие как укрепление имиджа бренда, улучшение качества продукции для удовлетворения потребностей клиентов, влияние на их эмоции и чувства. Что касается перемен в предпочтениях, то заметно, что покупатели становятся более избирательными и требовательными. Теперь производители не могут рассчитывать только на цену для привлечения клиентов, кроме этого, необходим заманчивый «антураж» и иные актуальные способы.

Прежде чем говорить об инструментах брендинга, нужно уточнить, что такое бренд. С точки зрения сотрудников Санкт-Петербургского института связей с общественностью, «бренд – это ряд представлений потребителей о торговой марке, включающий набор эмоциональных ощущений, символов и стереотипов». Говоря о брендинге, авторы имеют в виду «процесс создания и продвижения бренда с помощью маркетинговых коммуникаций». Этот процесс не обходит стороной и ювелирный бизнес. На данный момент украшения приобретают определённый характер, который оказывает непосредственное влияние на выбор покупателей.

Ювелирный бренд – это ювелирная торговая марка, которая изменяется и улучшается в процессе продвижения и внедрения инновационно-коммуникационных технологий. На этом этапе развития ювелирного бизнеса можно подчеркнуть главные принципы, придерживаясь которых покупатели отдадут своё предпочтение какому-то конкретному бренду: дизайн, страна происхождения, качество, торговая марка, стоимость.

Под брендингом, как процесс создания и развития определённого бренда, понимается конкретная коммуникационная тактика и маркетинговая политика, от правильного определения которой будет

4. Примеры оформления

4.1 Оформление статьи

Вариант 1. Научный руководитель является автором статьи

УДК xxxxxxxx

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Иванов И.В., Петров И.П.

***Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии.
Дизайн. Искусство), Москва***

Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи.
Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст
статьи.

Список использованных источников:

- 1.
- 2.

© Иванов И.В., Петров И.П., 2025

Вариант 2. Научный руководитель не является автором статьи

УДК xxxxxxxx

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Иванов И.В.

Научный руководитель Петров И.П.

***Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии.
Дизайн. Искусство), Москва***

Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи.
Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст статьи. Текст
статьи.

Список использованных источников:

- 1.
- 2.

© Иванов И.В., 2025

4.2. Оформление списка использованных источников

Что оформляем	Как оформляем	Примеры
Нумерация списка литературы	Вручную (не автоматически)	
Обозначение ссылок в тексте	В квадратных скобках либо с указанием страниц, либо без указания страниц	С указанием страниц [2, с. 115] Без указания страниц, один источник [4] Без указания страниц, несколько источников [4, 7]
Использование ссылок-сносок	Не допускается	
Название	Список использованных источников:	
Расположение списка литературы	В конце текста	
Примеры оформления библиографического описания	Список использованных источников: 1. Иволга А.Г., Варивода В.С., Таранова И.В., Трухачев А.В. Дизайн. Словарь терминов. - М.: АГРУС, 2013. – 112 с. 2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. – Альпина Паблишер, 2020. – 211 с.	

4.3 Примеры оформления графического материала

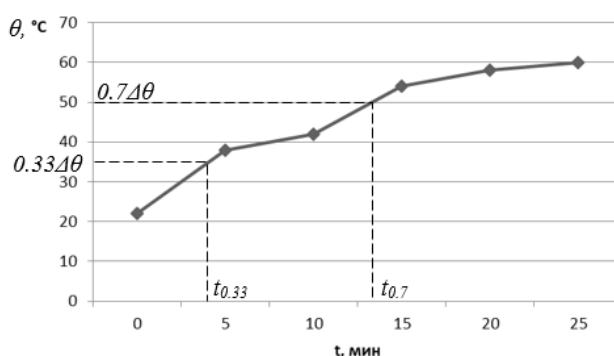


Рисунок 1 – Кривая разгона температуры воды



Рисунок 2 – Подвесные светильники

4.4 Примеры оформления таблиц

Таблица 1 – Структурные характеристики исследуемых нетканых полотен

Номер образца	1	2	3
Поверхностная плотность, г/м ²	550	480	300
Толщина, мм	3,49	1,94	2,47
Средняя плотность, мг/мм ³	0,16	0,25	0,12
Объемное заполнение, %	22,8	35,7	17,1
Заполнение по массе, %	12,3	19,2	9,2
Объемная пористость, %	77,2	64,3	82,9

Не допускается использование таблиц в альбомной ориентации. Таблицы должны располагаться в пределах рабочего поля. Оформление таблицы см. выше. Таблицы нумеруются в порядке их упоминания в тексте. Информация, представленная в виде диаграмм и графиков, не должна дублироваться в виде таблиц.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ АВТОРОВ

Статья включается в сборник в авторской редакции. Правильность сведений о себе, отсутствие плагиата, отсутствие заимствования без ссылок на первоисточник, правильное оформление ссылок на заимствованные источники гарантируют авторы публикации. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за информацию, опубликованную в статье, за точность приведенных фактов, цитат и других сведений. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования.