

**Сведения
об участнике конкурса
на замещение должности
научно-педагогического работника**

Фамилия, имя, отчество Ульяновский Андрей Владимирович

Должность, доля ставки доцент, 1,0 ставки

Кафедра (подразделение) рекламы

Дата объявления конкурса 10.02.2016

1. Место работы в настоящее время (организация, должность, научная специальность) СПбГУ, доцент, журналистика
2. Ученая степень (с указанием научной специальности) кандидат культурологии, прикладная культурология
3. Ученое звание доцент
4. Стаж научно-педагогической работы 16
5. Общее количество опубликованных работ
всего 44
за последние 3 года 7
6. *Индекс Хирша (Scopus) -*
Индекс Хирша (Web of Science Core Collection) -
Индекс Хирша (РИНЦ) 5

количество публикаций в базах данных РИНЦ: всего –34, за последние 3 года –3;

количество публикаций в базах данных Web of Science Core Collection: всего –1, за последние 3 года –1;

количество публикаций в базах данных Scopus: всего –1, за последние 3 года –1.

7. Сведения об участии в научно-исследовательских/творческо-исполнительских проектах, программах, грантах в качестве руководителя либо ответственного исполнителя (за последние 3 года)

Грант ФГБУ "Российский гуманитарный научный фонд"
Код заявки 14-06-00853, Тип проекта:"а"
Название: Модель коммуникативного пространства современного университета: социо-экономические и культурно-антропологические факторы
Года выполнения: 2014 - 2016
Ульяновский А. В., исполнитель.
Руководитель: Преображенская К.В.

8. Сведения об экспертной деятельности, в том числе о членстве в диссертационных советах, Экспертном совете ВАК, иных советах)

«нет»

9. Сведения о членстве в редколлегиях научных журналов, оргкомитетах международных конференций

«нет»

10. Сведения о почетных и академических званиях, международных, государственных, академических и иных премиях, победах в международных и всероссийских конкурсах

- Лауреат национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» в номинации «Лучшая работа по теории» (2007) ;
- Лауреат уральской премии в области развития общественных связей «Белое крыло» в номинации «За вклад в развитие общественных связей»(2008);
- Лауреат сибирской премии в области развития общественных связей «Золотой соболев» в номинации «Лучшая работа по теории рекламы»(2012);
- Лауреат номинации «Лучшая научная публикация» 2012 Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ
- Лауреат российской премии в области развития общественных связей «Рупор» в номинации «Лучшая работа по теории»(2008)
- Дипломант национальной премии в области развития общественных связей «Серебряный Лучник» в номинации «Лучшая работа по теории» (2008);
- Почетная Медаль имени М.И. Рязанского Федерации космонавтики СССР за продвижение советской космической программы, в частности - за разработку и проведение международной выставки "К звездам - 91".

11. Сведения об участии в научных всероссийских, всероссийских с международным участием и международных конференциях.

Участие в международных научных конференциях «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике(II,III): матер. междунар. научн. конф. (23 апреля 2014 г.), во всероссийских научных конференциях СПб государственного университета

промышленных технологии и дизайна 2014, 2015 года «Современные СМИ в контексте информационных технологий».

12. Иные сведения о научно-педагогической/творческо-исполнительской деятельности (лечебной работе), спортивных званиях, почетных спортивных званиях, о победах в международных и всероссийских творческих конкурсах (по усмотрению претендента).

- Автор десятков осуществленных коммуникационных проектов (часть которых реализована в режимах коммерческой конфиденциальности и грифа государственной секретности), более 70 консалтинговых работ по формированию замыслов и сообщений в области брендинга, PR, рекламы.
- По официальному мнению издательства «Питер» - лидирующий и наиболее авторитетный исследователь социальной мифологии в России, впервые описал метод, стратегии и философию мифодизайна (автор термина), а также их практическое приложение в условиях современности – прикладной мифодизайн.

12. 1. Научная деятельность за последние три года.

публикация результатов научных исследований в англоязычном научном журнале «Mediterranean Journal of Social Sciences» ISSN 2039-9340(Print) ISSN 2039-2117(Online), индексируемом базой данных Scopus, участие в научной дискуссии относительно мифодизайна в журнале «Философские науки», индексируемом базой данных WOS.

12. 2. Учебно-методическая и научно-педагогическая работа по основным образовательным программам бакалавриата и магистратуры по направлению подготовки «Журналистика»: написание и обновление рабочих программ, УММ курсов: спецкурс «мифодизайн в рекламе»(3 курс, очное, бакалавриат «РиСО»), спецсеминар «визуальная риторика»(3 курс, очное, бакалавриат «РиСО»), учебные курсы «ТиП РиСО КС»(5 курс, очно-заочное, 11/5033/2, 4 курс, очное, 13/5033/1, «РиСО»), «Основы рекламы и СО»(3 курс, очное, 13/5032/1, 4 курс, очно-заочное, 12/5032/2).

12. 3. Повышение квалификации: «нет»

12. 4. Членство в профессиональных организациях: «нет»

СПИСОК
научных, учебно-методических работ, учебников,
учебно-методических пособий, монографий
 Ульяновский А.В. доцент кафедры рекламы СПбГУ
I. Научные работы за последние 3 года

№ п/п	Наименование работы, ее вид	Форма работы	Выходные данные	Объем работы в п.л. или с.	Соавторы
1	2	3	4	5	6
1.	Бренд Вуза в контексте брендов веры, доверия, ценностей; материалы	Печ., Электр.	Вестник ЛГУ им. А.С.Пушкина. - СПб. – 2014.- №3. Том 2. Философия. – С.233-241	0,7	Преображенская К. В.
2.	К вопросу формирования интегрированной стратегии бизнеса в системе "электронные СМИ/паралимпиада" ; материалы	Печ.	стратегические коммуникации в бизнесе и политике: матер. междунар. научн. конф. (23 апреля 2014 г.). - СПб.: Свое издательство, 2014, 2014. — С. 52-56	0,5	-
3.	Вымышленные существа влияют на политику и общество посредством сериалов масс медиа ; тезисы	Электр.	стратегические коммуникации в бизнесе и политике: матер. междунар. научн. конф. (23 апреля 2014 г.), 2014.,	0,1	-
4.	Вымышленные существа эпохи массмедиа: Россия, 21 век. Волна 2012: аналитико-статистическая обработка; учебное пособие	Печ.	Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций;: Свое издательство, 2013.	17	-
5.	Мифодизайн как горькая правда для немногих и естественный ход вещей для остальных; материалы	Печ	RJPS RUSSIAN JOURNAL OF PHILOSOPHICAL SCIENCES (Философские науки) 4/2015 С.117-121	0,5	-
6.	Journalist on the Line of Fire: Scrutinizing Contemporary Military Journalism with Philosophical Anthropology Approach ; материалы	Печ	Mediterranean Journal of Social Sciences ISSN 2039-9340(Print) ISSN 2039-2117(Online) DOI: 10.5901/mjss.2015.v6n5s2 p105	0,7	4
7.	Жестокие герои новых медиа	Печ	Современные СМИ в контексте	0,7	-

			информационных технологий: матер. всероссийской. научн.-практ. конф. (9–10 апреля 2014 г.) – СПб.: СПб государственный университет технологии и дизайна, 2015		
--	--	--	---	--	--

II. Наиболее значимые научные работы за предыдущие годы

№ п/п	Наименование работы, её вид	Форма работы	Выходные данные	Объём в п. л.	Соавторы
1.	Корпоративный имидж: технологии формирования для максимального роста бизнеса; монография	Печ.	М.: Эксмо. -2008.	30	-
2.	Стратегии корпоративного имиджа и управление лояльностью; монография	Печ.	СПб.: Zero b2b communication. – 2006.	29,67	-
3.	Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы ; монография	Печ.	СПб.: Питер.-2005.	43,86	-
4.	Социальный миф как брэнд (в двух томах); монография	Печ.	СПб.: Роза Мира Т1-2003 год, Т2-2004 год	30	-
5.	Мифодизайн рекламы; монография	Печ.	СПб.: Институт Личности (1995 г);	22	-
6.	Маркетинговые коммуникации: 28 инструментов Миллениума; монография	Печ.	М.:Эксмо2008	35,1	-
7.	Вымышленные существа эпохи масс-медиа: Россия, 21 век. (Энциклопедия для социально-гуманитарной интеллигенции); энциклопедия	Печ.	СПб: ООО "Книжный Дом", 2008.	28	Ульяновский А.В. (Автор-составитель, общая редакция)
8.	Imaginary (Mythical) Characters as Axiological Markers of Social Mythology in The Mind of Young Social-Humanities People of Russia in The Second 10-year Half of the Twenty-first Century Beginning; материалы	Печ.	ЖУРНАЛ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИ-ВЕРСИТЕТА. СЕРИЯ: ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ, 2008. — № 1 (4). — Р. 455-462	0,5	-
9.	Zoomorphic Metaphor as an Example of a Social Myths Dynamic of Destruction. Gnosiological Aspect ; материалы	Печ.	ЖУРНАЛ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА. СЕРИЯ: ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ, 2008. — № 1 (3). — Р. 413-422	0,5	-

III. Учебно-методические работы за последние 3 года

1	Мифодизайн рекламы	Электр	спецкурс; официальный сайт	0,25	-
---	--------------------	--------	----------------------------	------	---

			Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, 2015		
2.	Визуальная риторика	Электр	спецсеминар; официальный сайт Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, 2015	0,25	-
3	Теория и практика рекламы и связей с общественностью в коммерческой сфере	Электр	Учебно-методические материалы ; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, 2014	0,3	-
4	Реклама в коммерческой сфере	Электр	Учебно-методические материалы ; Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ, 2014	0,3	

IV. Наиболее значимые учебно-методические работы за предыдущие годы

№ п/п	Наименование работы, её вид	Форма работы	Выходные данные	Объём в п. л.	Соавторы
1.	Вымышленные существа эпохи массмедиа: Россия, 21 век. Волна 2012: аналитико-статистическая обработка; учебное пособие	Печ.	Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций;: Свое издательство, 2013.	17	-
2	Реклама в сфере культуры; учебное пособие	Печ.	СПб: Лань, 2012,	30	-
3.	Смысловые и технологические границы рекламы; учебное пособие	Печ.	СПб: издательство РГПУ им. А.И.Герцена, 2011.	17	-
4.	Мифодизайн в рекламе; учебное пособие	Печ.	СПб: Издательство филологического факультета СПбГУ, 2011.	12	-
5.	Современные рекламные технологии; учебное пособие	Печ.	СПб, факультет журналистики, 2011.	12	-

Общее количество работ: ___44

Индекс Хирша (согласно данным РИНЦ) - _5__

Индекс Хирша (по Web of Science Core Collection) - __нет__

Индекс Хирша (по Scopus) - ___нет__

Количество публикаций в базах данных: РИНЦ – _34__, Web of Science Core Collection– __1__, Scopus – _1__

**Сведения о претенденте, участвующем в конкурсе на замещение должности доцента,
Кафедра рекламы СПбГУ (1.0 ст.)**

Фамилия, имя, отчество	Ульяновский Андрей Владимирович
Ученая степень	Кандидат культурологии
Ученое звание	доцент
Научно-педагогический стаж	Непрерывный - 16 лет
Количество публикаций за последние 3 года в изданиях, индексируемых РИНЦ, Web of Science Core Collection или Scopus	РИНЦ - 3 Web of Science Core Collection – 1 Scopus -1
Индекс Хирша по РИНЦ, Web of Science Core Collection или Scopus	РИНЦ- 5 Web of Science Core Collection – нет Scopus -нет
Количество заявок, поданных за последние три года, с целью получения финансирования на выполнение научных исследований: - от российских научных фондов	Грант ФГБУ "Российский гуманитарный научный фонд" Код заявки 14-06-00853, Тип проекта: "а" Название: Модель коммуникативного пространства современного университета: социо-экономические и культурно-антропологические факторы. Руководитель: Преображенская К.В.; Ульяновский А. В., исполнитель. Года выполнения: 2014 - 2016
- от зарубежных научных фондов	нет
- из других внешних источников	нет
Количество договоров на выполнение научных исследований, в которых за последние три года претендент участвовал в качестве руководителя (ответственного исполнителя) , с указанием года заключения, срока, названия и объема финансирования каждого: - с российскими научными фондами	нет
- с зарубежными научными фондами	нет
- с другими внешними организациями	нет
Опыт научного руководства и консультирования за последние 3 года: - число ВКР бакалавров / специалистов	11 ВКР специалистов (из них 4 ВКР особо отмечены ГАК)
- число диссертаций магистерских / кандидатских / докторских	нет
- Число выпускников аспирантуры	нет
Опыт учебно-методической работы за последние 3 года: - число разработанных и реализованных учебных курсов	6
- число учебников, учебных пособий, прошедших редакционно-издательскую обработку	1
Иная информация, предоставленная по инициативе претендента	