

# Основні етапи інформаційного менеджменту наукових конференцій

Олександр Березко<sup>1</sup>, Анна Пашко<sup>2</sup>,  
Тетяна Погулянік<sup>3</sup>, Петро Багриновський<sup>4</sup>

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С.Бандери, 12, E-mail:

1. berezko@gmail.com, 2. anna.pawko@gmail.com,

3. tanja.pogulyanik@gmail.com, 4. bagrynovskuy@yandex.ua

*The information management process of academic conferences organization is considered as well as popular information technologies used on different stages of the process.*

Ключові слова – інформаційний менеджмент, комунікаційний захід, наукова конференція, програмний комітет, рецензування, система управління конференцією.

Важливою складовою діяльності багатьох компаній, установ та організацій є організація комунікаційних заходів. Серед них особливе значення мають конференції – зібрання з попередньою реєстрацією, в межах яких обговорюють актуальні питання певної галузі. Наукова конференція – це форма організації наукової діяльності, призначена для презентації та обговорення доробку вчених і є важливим засобом обміну науковою інформацією [1].

Зазвичай учасники наукових конференцій готують доповіді з певної тематики, які проходять попередній відбір. Необхідність прийняття та відбору доповідей є джерелом основних особливостей інформаційного менеджменту цього типу заходів. Як правило, організатори формують два окремих робочих органи (комітети): *програмний*, який забезпечує рецензування та відбір доповідей, та *організаційний*, який вирішує поточні питання та комунікує з учасниками.

Виділимо основні етапи інформаційного менеджменту наукових конференцій:

**1. Рекламна кампанія.** Традиційно організатори розробляють інформаційне повідомлення-запрошення з умовами участі (call for papers), основними каналами розповсюдження якого є: контакти в межах академічної спільноти (як особисті так і на рівні організацій); розсилання електронної пошти; подання конференції у системі World Wide Web (відіграє сьогодні провідну роль).

Останнє зокрема передбачає:

- розроблення та позиціонування у WWW офіційного веб-представництва конференції (веб-сайта, сторінки в межах веб-сайта організації тощо);
- використання мультидисциплінарних та вузькотематичних онлайн-каталогів інформаційних повідомлень: [conferencealerts.com](http://conferencealerts.com), [wikicfp.com](http://wikicfp.com) тощо;
- подання заходу засобами соціальних мереж загального призначення ([facebook.com](http://facebook.com), [vk.com](http://vk.com) тощо), а також спеціалізованих ([researchgate.com](http://researchgate.com), [academia.edu](http://academia.edu) тощо) та різноманітних локальних веб-спільнот.

**2. Прийняття заявок** потенційних учасників та їхніх матеріалів/тез/анотацій доповідей. На цьому етапі відбувається відхилення завідомо некоректних заявок та стандартизація подання матеріалів, зокрема їхня анонімізація.

Сьогодні популярною є комунікація з учасниками електронною поштою. У цьому випадку ефективним є застосування технологій Google: поштового сервісу Gmail з його засобами категоризації; мережевого офісного пакету Google Docs для колаборативної роботи з документами, зокрема автоматизованого збору заявок за допомогою онлайн-форм з можливістю інтеграції у веб-сайти.

Проте, згадані технології не забезпечують комплексного підходу до управління інформаційними потоками та розподілу ролей учасників процесу опрацювання документів, особливо на етапі рецензування. Прогресивним підходом є використання спеціалізованих *систем управління конференціями*, зокрема веб-орієнтованих (EasyChair, Microsoft CMT тощо). Сьогодні серед них немає явного лідера, поширеним є розроблення власних систем організаторами. Дослідження у напрямку вдосконалення таких систем тривають. Актуальною є також адаптація універсальних CMS (Drupal, Joomla тощо) для потреб конференцій [3, 4].

**3. Рецензування та відбір доповідей** є складним процесом, який передбачає: визначення компетенцій рецензентів (членів програмного комітету) та врахування конфліктів їхніх інтересів щодо рецензування; розподіл матеріалів доповідей за рецензентами; опрацювання рецензій. При цьому важливим є боротьба з плагіатом, організація обговорення рецензій перед прийняттям остаточного рішення щодо конкретної доповіді та анонімізація рецензій.

**4. Опублікування матеріалів конференції.** Як правило, матеріали публікуються у збірнику, який може бути друкованим або цифровим. Публікація матеріалів онлайн в межах веб-сайта конференції є додатковим засобом його позиціонування та формування семантичного ядра. Актуальним є також опублікування відео виступів та презентацій учасників в межах мультимедійних веб-спільнот (youtube.com, slideshare.com тощо). Важливим є забезпечення індексування матеріалів спеціалізованими пошуковими системами та включення їх до наукометричних баз даних (Google Scholar, Scopus тощо).

## ВИСНОВОК

Організація наукових конференцій є складним процесом, який потребує ефективного інформаційного менеджменту на усіх етапах. Актуальним є використання з цією метою спеціалізованих систем управління конференціями, їхнє вдосконалення та інтеграція з популярними соціальними сервісами у WWW.

## Література

1. Rogers T. Conferences and Conventions: a global industry. Second Edition. / T.Rogers. – Butterworth-Heinemann, 2008. – 400 p.
2. Noimanee P., Limpiyakorn Ya. Towards a RESTful Process of Conference Management System / P. Noimanee, Ya. Limpiyakorn // Proceedings of the International MultiConference of Engineers and Computer Scientists (IMECS). – Hong Kong, 2009. – pp. 991-995.
3. Daimi K., Li L. Designing an Online Conference Management System [Electronic resource] / K. Daimi, L. Li // Proceedings of the International Conference on Software Engineering Research and Practice. – Las Vegas, Nevada, 2011. – Mode of access: WWW/URL: <http://world-comp.org/p2011/SER3957.pdf>