ООО НЦ Scientia была основана в 2012 году. Основателями организации являются представители научного сообщества российского и зарубежного научного общества.

Основной задачей является раскрытие научного потенциала, а также привлечение молодежи к научно-исследовательской деятельности. Мы стремимся вывести взаимодействие между научными поколениями на новый уровень. Объединить поколения в единый научный механизм для применения современных технологий более старшими поколениями и передача опыта и целеустремленности более молодым поколениям.

Для выполнения поставленной задачи наша организация издает научный журнал, так как это является наиболее доступной платформой, которая предоставляет возможность лучшим представителям молодого поколения заявить о себе профессиональному научному обществу.

Для повышения статуса и значимости издания в научном сообществе, журналам будет присвоен ISSN. Также материалы будут размещены в ведущих научных библиотеках и проиндексированы в таких наукометрических базах: РИНЦ, Copernicus, Ulrich Periodicals, DOAJ, OAJI, Google Schoolar, EBSCO.

Наши журналы:
- Scientia
- Scientia. Экономика
- Scientia. Химия. Биология. Медицина
- Scientia. Техника
- Scientia. Психология и Педагогика
- Scientia. Физика и Математика
- Scientia. Юриспруденция

Условия публикации и оплата
Для публикации статьи в журналах автору необходимо выполнить следующие действия:
1. Заполнить электронную регистрационную форму на нашем сайте.
2. Скачать и заполнить анкету на каждого соавтора статьи.
3. Прислать статью в формате doc/docx на рецензирование, а так же заполненную анкету на всех авторов на электронный адрес редакции editor@scientia-journal.ru.
4. После получения подтверждения принятия статьи к публикации провести оплату и прислать подтверждение оплаты в редакцию*
*подтверждением являются фото или скан чека об оплате. Принт-скрин экрана при оплате онлайн.

Прием материалов	до 15.06.2016
Прием документов об оплате публикации	до 15.06.2016
Размещение электронной версии журнала на сайте организации	до 15.07.2016
Дата отправки печатных журналов авторам	до 15.07.2016

В стоимость входит:

- Публикация статьи;
- Рецензирование статьи;
- Изготовление электронной версии журнала;
- Почтовая отправка одного экземпляра печатного журнала автору статьи.
- Авторам и всем читателям, бесплатно предоставляется доступ к электронным архивам журналов.

Все статьи бесплатно размещаются в наукометрических базах и библиотеках.

Полное название организации: Организация с ограниченной ответственностью «Научное Содружество Сиентия»

ИНН: 7725312962

Время работы: пн-пт с 9.00 до 17.00, без перерыва

Юридический адрес: 119071 г Москва, ул Стасовой, д5, помещ 1, комната 5

Фактический адрес: 119071 г Москва, ул Стасовой, д5, помещ 1, комната 5

Режим работы: Пн-Пт. 9:00 — 18:00

Сайт: scientia-journal.ru

E-mail: editor@scientia-journal.ru

Стандарты для авторов

1. К участию в конференции принимаются статьи объемом не менее 5 страниц машинописного текста. В связи с тем, что публикуемые у нас статьи участвуют в регистре электронной базы РИНЦ (Российский индекс научного цитирования), мы обязаны предоставлять некоторые части статьи на двух языках, ниже вы сможете ознакомиться с требованиями поподробнее.
2. Для набора текста, формул и таблиц следует использовать редактор Microsoft Word для Windows. Параметры текстового редактора: все поля по 2 см; шрифт Times New Roman, размер – 14; межстрочный интервал – 1,5; выравнивание по ширине; абзацный отступ 1 см; ориентация листа – книжная. Все рисунки и таблицы, должны быть пронумерованы и снабжены названиями или подрисуночными подписями. Формулы необходимо оформлять: картинкой, Mathtype (версия программы не ниже 5.0) или продублировать статью в формате pdf.*
3.Оформление заголовка на русском языке:
— (прописными, выравнивание по центру строки) **НАЗВАНИЕ СТАТЬИ;**
— на следующей строке (шрифт жирный курсив, выравнивание по правому краю) – ***Ф.И.О. автора статьи полностью***;
— на следующей строке (шрифт курсив, выравнивание по правому краю) – ученое звание, ученая степень, название ВУЗа в именительном падеже, город или должность, место работы, город (сокращения не допускаются);
— на следующей строке (шрифт курсив, выравнивание по правому краю) – E-mail для контактов.
Если авторов статьи несколько, то информация повторяется для каждого автора.
4. **Оформление заглавия на английском языке**: та же информация повторяется на английском языке.
5. **Аннотация на русском и английском языке** не более 600 знаков (считая с пробелами) для аннотации на каждом языке.
6. **Ключевые слова** (приводятся на русском и английском языках) отделяются друг от друга точкой запятой.
7. Через 1 строку – текст статьи.
8. Через 1 строку — надпись **«Список литературы»**. После нее приводится список литературы в алфавитном порядке, со сквозной нумерацией (пример см. ниже). Ссылки в тексте на соответствующий источник из списка литературы оформляются в квадратных скобках, например: [5, с. 87]. Использование автоматических постраничных ссылок не допускается.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В МАРКЕТИНГЕ

Иванов Иван Иванович
к.э.н., доцент, Новосибирский Государственный Университет, г. Новосибирск
E-mail: ivanovivan@gmail.com

COMPETITIVENESS IN MARKETING

Ivanov Ivan
Candidate of Science, associate professor of Novosibirsk State University
Novosibirsk

АННОТАЦИЯ

Цель. Метод. Результат. Выводы. Цель. Метод. Результат. Выводы.

ABSTRACT

Background. Methods. Result. Conclusion. Background. Methods. Result. Conclusion

Ключевые слова: конкуренstоспособность, маркетинг.

Keywords: Competitiveness , marketing.

Из курса экономической теории известно, что именно конкуренция является причиной экономического прогресса в рыночной экономике. Ценовой механизм этого процесса известен.

Таблица 1

Название таблицы

Данные таблицы	**Данные таблицы**	**Данные таблицы**
Данные таблицы	Данные таблицы	Данные таблицы
Данные таблицы	Данные таблицы	Данные таблицы

Классик маркетинга Филипп Котлер [1, С.43] приводит следующий пример: «Продавцы часто путают потребности с нуждами Производитель буровых коронок может считать, что потребителю нужна его коронка, в то время как на самом деле потребителю нужна скважина. При появлении другого товара, который сможет пробурить скважину лучше и дешевле, у клиента появится новая потребность (в товаре-новинке), хотя нужда и останется прежней (скважина)».



Рисунок 1. Название рисунка

Мало того, дополнительная прибыль в условиях рыночных отношений стимулирует рост производства (потребления). Однако двигателем этого процесса выступают все же издержки.

Список литературы:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 1991.

2. Современный словарь иностранных слов. – СПб.: Дуэт, 1994.

3. Томпсон А.А.. Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии. – М.: ЮНИТИ, 1998.

— URL: [укажите ссылку на страницу ресурса]

**- если формулы оформлены другим способом, издательство снимает с себя ответственность за правильность их отображения.*