

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ МАТЕРИАЛОВ

1. Технические требования.

Статья представляется в электронном виде в формате docx. Объем статьи – 4-5 страниц, включая название, аннотацию и ключевые слова, список источников. Поля страницы: верхнее, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Файл с научной работой необходимо называть, указывая фамилии всех авторов без пробелов и запятых:

ИвановИИ_статья.docx

УДК: шрифт Times New Roman (далее – TNR), 14 кегль, начертание полужирное «Ж», выравнивание по левому краю. Наименование статьи (рус. / англ. версия): шрифт TNR, 14 кегль, начертание полужирное «Ж», выравнивание по середине. Фамилия И.О. автора, наименование организации / места учебы (рус. / англ. версия): шрифт TNR, 14 кегль, начертание полужирное «Ж», выравнивание по ширине. Научное руководство (*для студентов, магистрантов – обязательно*) (рус. / англ. версия): шрифт TNR, 12 кегль, начертание курсивное «К», выравнивание по левому краю. Аннотация и ключевые слова (рус. / англ. версия): шрифт TNR, 12 кегль, наименование элемента «Аннотация», «Ключевые слова» начертание курсивное «К», непосредственный текст аннотации и ключевые слова без начертания, выравнивание по ширине. Основной текст: шрифт TNR, 14 кегль, выравнивание по ширине, красная строка 1,25 см. Список источников: шрифт TNR, 12 кегль, наименование заголовка «Список источников» начертание полужирное «Ж», выравнивание по середине, непосредственно библиографические ссылки в списке источников шрифт TNR, 12 кегль, без начертания, с автоматической нумерацией, выравнивание по ширине.

Междустрочный интервал по всему тексту статьи 1,0 пт. Опция «Добавить интервал после абзаца» должна быть отключена по всему документу. Функция автоматического переноса слов не допускается. Образец оформления статей представлен ниже по тексту.

Код универсальной десятичной классификации (УДК) статьи можно уточнить на электронном ресурсе: <http://teacode.com/online/udc/>

2. Оформление (структура и пр.).

УДК: указывается код, соответствующий тематическому направлению специальности / наименованию статьи. Наименование статьи: должно соответствовать тематическому направлению направления. Фамилия И.О. автора и наименование организации / места учебы: заполняется полностью «Фамилия», «Имя» и «Отчество» только инициалы, в скобках указывается организация / место учебы полностью, без указания организационно-правовой формы (ФГБОУ ВОУ, НИУ и т. д.). Научное руководство (*для студентов и магистрантов*): указывается ученая степень, ученое звание, И.О. и Фамилия руководителя (просьба придерживаться примера из образца для сокращения степени и звания научного руководителя).

Аннотация: сжатая характеристика статьи, рекомендуемый размер аннотации – не более 500 знаков с пробелами, т. е. 4-5 предложений. В аннотации кратко освещается научная проблема, цели, научная новизна и основные авторские выводы без выделения в разделы «Научная проблема», «Цель» и т. д.

Ключевые слова: поисковые ключи к статье, ключевые слова могут отражать основные положения, результаты и термины (5-10 ключевых слов, ключевое слово = не более двух слов в паре).

Таблицы и рисунки: должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице, если это невозможно, то необходимо делать ссылку на таблицу в круглых скобках (табл. 1 / таблица 1). Все таблицы и рисунки нумеруются. Наименование таблицы располагается сверху, рисунка – снизу. Точка в конце названия таблицы / рисунка не ставится, выравнивание происходит по

середине страницы, без красной строки. Если таблица или рисунок не являются авторскими, то необходимо указать источник в конце названия, в квадратных скобках.

Формулы: размещаются без специальных символов с выравниванием по центру с отступом пустой строкой сверху и снизу, и нумерацией по правому краю.

Список источников: наличие списка источников обязательно и оформляется в соответствии с ГОСТ по алфавиту и с учетом иерархии источника: русскоязычные (печатные, электронные ресурсы), иностранные источники (печатные, электронные ресурсы). Ссылки на источники в тексте статьи следует давать в квадратных скобках в соответствии с нумерацией в списке источников. В статье должно быть использовано не менее четырех источников.

Если научному руководителю необходим сертификат об участии – необходимо указать его в качестве соавтора научной работы.

Статьи, содержащие некорректные заимствования и оригинальностью текста менее 70%, не могут быть приняты к печати. Антиплагиат (отчет прикладывается со статьей). Оргкомитет оставляет за собой право отклонить статью, оформленную не в соответствии с представленными требованиями.

Образец оформления материалов – 1

УДК 338.46

Механизм взаимодействия крупных и средних предприятий как элемент экономической модели России

(пропуск строки)

**Платонов В.И. (Санкт-Петербургский государственный экономический университет),
Круглов А.П. (Московский государственный университет)**

(пропуск строки)

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению роли и значения механизма взаимодействия крупного и среднего бизнеса как элемента новой модели национальной экономики с учетом требований экономии на масштабах, организационной гибкости и контроля транзакционных издержек. Конкретизируется понятие «область экономической эффективности бизнеса различных размеров» и на этой основе предлагается типология малых и средних предприятий.

Ключевые слова: средние предприятия, экономия на масштабах, механизм кооперации, инновационное развитие.

(пропуск строки)

Arrangement for large and medium-sized enterprises interaction as a part of the Russian economic model

(пропуск строки)

Platonov V.I. (St. Petersburg State University of Economics), Kругlov A.P. (Moscow State University)

(пропуск строки)

Abstract. This article considers the role and significance of organizational arrangement for large and medium-sized enterprises interaction as a part of the national economic model that takes into account the necessity of achieving the economies of scale, the maintaining organizational flexibility as well as the need for control of transaction costs. The authors propose typology of small and medium-sized enterprises based on «the scope of economic efficiency of different-sized enterprises».

Keywords: medium-sized enterprises, economies of scale, cooperation arrangement, innovation-driven development.

(пропуск строки)

Текст статьи. Текст статьи [2, с. 29].

(пропуск строки)

Список источников

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон № 209-ФЗ от 24.07.2007 г. Российская газета. 2007. № 164.

2. Карлик, А. Аналитическая структура ресурсно-ориентированного подхода / А. Карлик, В. Платонов // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 6. – С. 26-37.
3. Малое предпринимательство в России. 2013: Стат. сб. / Росстат. – М., 2013 – 124 с.
4. «Цифровая экономика РФ» программа, распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017. № 1632-р. Сайт Правительства РФ, 2018 [Электронный ресурс]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 12.02.2018).

Образец оформления материалов – 2

УДК 659.4

Корпоративное издание в формировании бренда компании (пропуск строки)

Локтионова П.А. (Санкт-Петербургский государственный экономический университет)

Науч. рук. канд. филос. наук, доц. А.В. Пряхина

(пропуск строки)

Аннотация. Статья представляет собой обобщение идей и суждений об особенностях корпоративного издания как элемента брендинга компании на российском современном рынке. Наиболее важную часть работы составляет описание и анализ корпоративного издания компании ПАО «Аэрофлот».

Ключевые слова: издание, брендинг, элемент брендинга компании.

(пропуск строки)

Corporate publication in the formation of the company's brand

(пропуск строки)

Loktionova P.A. (Saint-Petersburg State University of Economics)

Sc. supervisor Cand. of Philos., Assoc.Prof. A.V. Pryakhina

(пропуск строки)

Abstract. The article is a generalization of ideas and judgments about the features of a corporate publication as an element of a company's branding in Russian modern market. The most important part of the work is the description and analysis of the corporate publication of the «Aeroflot» company.

Keywords: corporate publication, branding, branding element of the company.

(пропуск строки)

Текст статьи. Текст статьи [1, с. 112].

(пропуск строки)

Список источников

1. Кривоносов, А.Д. Корпоративное издание в свете теории науки о связях с общественностью / А. Д. Кривоносов // Петербургская школа PR: от теории к практике : Сб. статей / под ред. А. Д. Кривоносова. – СПб.: Роза мира, 2004. – С. 106–116.