

## Требования к оформлению материалов

Статья представляется в электронном виде в формате docx. Объем статьи – 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: **ПлатоновХаритонова\_статья.docx**.

Шрифт Times New Roman, 14 кегль, одинарный интервал, красная строка 1,25 см.: УДК публикации (*код универсальной десятичной классификации статьи можно уточнить на электронном ресурсе: <http://teacode.com/online/udc/>*), Фамилия И.О. автора (*на рус. и англ. языках*), полное наименование организации / места учебы, название материалов и основной текст, в том числе подписи рисунков и таблиц. Шрифт Times New Roman, 12 кегль, одинарный интервал, красная строка 1,25 см.: сведения о научном руководстве (с указанием уч. степени, уч. звания, должности (*на рус. и англ. языках*), аннотация, и ключевые слова (*на рус. и англ. языках*), список источников, в том числе текст в рисунках и таблицах. Опция «Добавить интервал после абзаца» должна быть отключена по всему документу. Функция автоматического переноса слов не допускается. Образец оформления статей представлен ниже по тексту.

Аннотация. Сжатая характеристика статьи. Рекомендуемый размер аннотации – не более 500 символов, т. е. 4-5 предложений. В аннотации кратко освещается научная проблема, цели, научная новизна и основные авторские выводы. Ключевые слова. Поисковый ключ к статье. Ключевые слова могут отражать основные положения, результаты, термины (5-10 ключевых слов). Таблица / рисунок 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. Все таблицы и рисунки нумеруются. Точка в конце названия таблицы / рисунка не ставится, выравнивание названия таблицы и рисунка по середине. 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 середине 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*). Библиографические ссылки 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 статей). Оргкомитет оставляет за собой право отклонить статью, оформленную не в соответствии с представленными требованиями.**

**[Образцы оформления материалов представлены на следующих страницах.](#)**

## 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),**

**Kruglov 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.

(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.

(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.