**ТРЕБОВАНИЯ К ТЕЗИСАМ ДОКЛАДОВ**

**ТЕЗИСЫ ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ В ЭЛЕКТРОННОМ ВИДЕ КАК ФАЙЛ «MICROSOFT WORD» (С РАСШИРЕНИЕМ DOC ИЛИ DOCX).**

**ОБЪЕМ ТЕЗИСОВ: не более 0,5 п.л. (20 000 знаков с пробелами, включая ссылки и сноски)**

|  |
| --- |
| **ПАРАМЕТРЫ СТРАНИЦЫ (ПОЛЯ)** |

**      Верхнее – 2 см**

**      Нижнее – 2 см**

**      Левое – 3,5 см**

**      Правое – 1,5 см**

|  |
| --- |
| **ЗАГОЛОВОК** |

**      Фамилии, инициалы и сведения об авторе:**

**Указывается фамилия, затем инициалы. Ниже – сведения об авторе (ученая степень, должность, место работы, город, страна)**

**Шрифт – Times New Roman**

**Размер шрифта – 12, полужирный, курсив**

**Междустрочный интервал – полуторный**

**Положение – по правому краю**

**      Название:**

**Шрифт – Times New Roman**

**Размер шрифта – 14, полужирный**

**Положение – по центру страницы**

**Название доклада (не более 10 слов) и сведения об авторе должны быть представлены на русском и английском языках.**

|  |
| --- |
| **ТЕКСТ ТЕЗИСОВ** |

**      Шрифт – Times New Roman**

**      Размер шрифта – 12**

**      Междустрочный интервал – полуторный**

**      Красная строка – 1,25 см**

**      Форматирование – выравнивание по ширине**

**      Стилевое оформление – обычное. При наборе текста не следует делать жесткий перенос слов с проставлением знака переноса**

**      Встречающиеся в тексте условные обозначения и сокращения должны быть раскрыты при первом появлении их в тексте.**

**Тезисы должны начинаться с аннотации (100-250 слов) и ключевых слов (не более 8 слов) на русском и английском языках. В аннотации должны быть указаны предмет и цель работы, методология, основные результаты исследования, область их применения, выводы. Несоответствие между русской и английской аннотацией не допускается.**

***Пример оформления аннотаций***

***Иванов И. И.***

***д.э.н., профессор***

***МГУ имени М.В. Ломоносова***

***Экономический факультет***

***(г. Москва, Россия)***

**Экономическая теория**

**Аннотация**

***Экономическая теория — дисциплина экономической науки. Представляет собой теоретическое и философское основание экономической науки. Состоит из множества школ и направлений. Экономическая теория не стоит на месте и её развитием в исторической ретроспективе занимается история экономических учений. Основная задача экономической теории — дать объяснения происходящих событий в экономической жизни с помощью моделей действительности, отразить в себе реальную экономику. Экономическая теория состоит из ряда разделов: методологии экономической науки, микроэкономики, макроэкономики, международной экономики, эконометрики, теории игр. В современной экономической теории можно выделить ряд научных школ и направлений: неокейнсианство, монетаризм, новую институциональную экономическую теорию, нейроэкономику, австрийскую школу, новую политическую экономию, экономику и право.***

**Ключевые слова: экономическая теория, методология.**

**JEL коды: A110, B410.**

**Ivan Ivanov**

***Ph.D., Professor***

***MSU***

***Faculty of Economics***

***(Moscow, Russia)***

**Economic Theory**

**Abstract**

***Economic theory is a discipline of economic science. It represents theoretical and philosophical basis for economic science. It consists of a multitude of schools and concepts. Economic theory doesn’t stand still and its evolution in historical perspective is the subject of the history of economic thought. The main goal of economic theory is to give rational explanation of events in real economic life with the help of theoretical models, to reflect economic reality. Economic theory is made up of several divisions: methodology of economic theory, microeconomics, macroeconomics, international economy, econometrics, game theory. In contemporary economic there is a range of scientific schools: new Keynesian theory, monetarism, new institutional economy, neuroeconomics, Austrian school, new political economy, law and economics.***

**Key words: economic theory, methodology.**

**JEL codes: A1, B0.**

|  |
| --- |
| **ТАБЛИЦЫ** |

**      Таблицы в тексте должны быть выполнены в редакторе Microsoft Word (не отсканированные и не в виде рисунка)**

**      Таблицы должны располагаться в пределах границ страницы**

**      Форматирование номера таблицы и ее названия: шрифт Times New Roman, размер 11, выравнивание по центру**

**      Обратите внимание, что в конце названия таблицы точка не ставится!**

**      Содержимое таблицы – шрифт обычный, размер 11, интервал – одинарный**

**      Подпись под таблицей - шрифт обычный, размер 10, интервал – одинарный.**

|  |
| --- |
| **ИЛЛЮСТРАЦИИ** |

**      Рисунки не должны выходить за границы страницы. Допускается использование рисунков в форматах JPEG, GIF и TIFF**

**      Рисунки должны допускать перемещение в тексте и возможность изменения размеров. Используемое в тексте сканированное изображение должно иметь разрешение не менее 300 точек на дюйм**

**      Подпись под рисунком. Форматирование названия и номера рисунка – шрифт Times New Roman, размер – 11, выравнивание по центру, интервал – одинарный**

**      Обратите внимание, что в конце названия рисунка точка не ставится!**

|  |
| --- |
| **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ** |

**Список литературы приводится в конце текста и озаглавливается «Литература».**

**Шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 12, полужирный, положение по левому краю.**

**Оформление списка:**

**      Список должен быть пронумерован арабскими цифрами**

**      Шрифт – Times New Roman**

**       Размер шрифта – 12**

**      Обратите внимание: сначала указываются русскоязычные источники (в алфавитном порядке), затем –публикации на языках, основанных на латинском алфавите (также в алфавитном порядке), далее –электронные ресурсы!**

**Список литературы должен содержать библиографические сведения обо всех публикациях, упоминаемых в статье, и не содержать указаний на работы, на которые в тексте нет ссылок.**

***ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ СПИСКА ЛИТЕРАТУРЫ:***

**Литература**

**1. Баранчеев В.П. Маркетинг инноваций (радикальные и «подрывные» инновации – хайтек-маркетинг). М.: Благовест-В, 2007.**

**2. Друкер П. Бизнес и инновации. Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.**

**3. Инновационный путь развития для новой России. Отв. ред. В.П. Горегляд. М.: Наука, 2005.**

**4. Kotler Ph., Lee N. Marketing in the Public Sector. A roadmap for Improved Performance. Wharton School Publishing, Pearson, 2007.**

**5. Prescott J., Miller S. Proven Strategies in Competitive Intelligence. Lessons From Trenches. John Wiley & Sons, INC, 2001.**

**6. http://minfin.tatar.ru/rus/file/pub/pub\_38.doc.**

**7. http://www.demoscope.ru/weekly/2003/0131/analit05.php.**

|  |
| --- |
| **ССЫЛКИ** |

**Обратите внимание: скобки, определяющие ссылки – квадратные!**

***ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ССЫЛОК:***

**Таким образом, инновации - это «конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам» [2, 125-126].**

**Литература**

**1. Барышева А.В. Инновационные процессы в экономике современной России: проблемы и перспективы. М.: Ин-т экономики РАН, 2006.**

**2. Государственное и муниципальное управление территориальным развитием. М.: МАТИ, 2007.**

**3. Инновационная экономика: необходимость, возможность и факторы развития в России. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2007.**

***(В приведенном примере цифра 2 – источник (Государственное и муниципальное управление территориальным развитием), а цифры 125-126 – номера страниц, откуда приводятся данные).***

**Уважаемые коллеги!**

**Оформление текстов в полном соответствии с приведенными выше требованиями существенно повышает вероятность попадания сборника тезисов нашей конференции и, соответственно, ваших публикаций в информационно-аналитические системы (E-library, Scopus, Web of Science и др.)**

**Оргкомитет оставляет за собой право не включать в сборник тексты докладов, не соответствующие указанным требованиям или превышающие установленный объем.**

**Материал, предлагаемый для публикации, должен являться оригинальным, не публиковавшимся ранее в других научных изданиях. Просим максимально ответственно отнестись к предоставляемым текстам – каждый из них, в соответствии с принятыми на экономическом факультете МГУ правилами, будет проверен системой «Антиплагиат».**