



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Оформление Выпускной квалификационной работы (ВКР)

Специальный семинар по подготовке ВКР

19 февраля 2019 года

Библиотека Института «ВШМ»
СПбГУ



Структурные элементы ВКР

- Титульный лист
 - Заявление о самостоятельном выполнении выпускной квалификационной работы
 - Оглавление
 - Введение
 - Основная часть
 - Заключение
 - Список использованной литературы
 - Приложения
- 3 страницы
 - 2-5 страниц
 - (100 000 п.з.) 40 страниц
 - 4-6 страниц



Оформление титульного листа

Титульный лист является первой страницей ВКР, служит источником информации, необходимой для обработки и поиска документа.

- Наименование учебного заведения, где выполнена ВКР
- Название выпускной квалификационной работы
- Вид работы, курс, программа, профиль обучения студента
- ФИО студента в родительном падеже
- ФИО научного руководителя в именительном падеже, его ученая степень и ученое звание
- Место и год написания ВКР



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Титульный лист. Образец

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования

Санкт-Петербургский государственный университет
Институт «Высшая школа менеджмента»

**РАЗРАБОТКА АНАЛИТИЧЕСКОГО
ИНСТРУМЕНТАРИЯ ДЛЯ
СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ
ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИИ**

Выпускная квалификационная работа
студента 4 курса бакалаврской программы,
профиль – Международный менеджмент

ИВАНОВА Ивана Ивановича

_____ (подпись)

Научный руководитель:
д.э.н., профессор
ПЕТРОВ Петр Петрович

_____ (подпись)

Санкт-Петербург
2015



Оглавление. Образец

Введение.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВГЛЯДЫ НА ПРОБЛЕМУ.....	6
1.1. Обзор исторических источников.....	9
1.2. Современное состояние проблемы.....	12
Выводы.....	20
ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ.....	23
2.1. Опыт решения проблемы на предприятиях.....	23
2.1.1. Решение проблемы в международной корпорации.....	27
2.1.2. Решение проблемы в российских компаниях.....	30
2.2. Рекомендации по решению проблемы.....	39
Выводы.....	44
Заключение.....	51
Список использованной литературы.....	54
Приложения.....	59
Приложение 1. Название приложения.....	59
Приложение 2. Название приложения.....	60



Требования к заголовкам

- заголовки глав набираются ПРОПИСНЫМИ буквами полужирного начертания (кегель – 12)
- иные заголовки набираются строчными буквами полужирного написания (кегель - 12)
- точка в конце заголовка не ставится
- заголовков не имеет переносов, то есть на конце строки слово должно быть обязательно полным
- большие заголовки (более 40 печатных знаков) необходимо разделить на строки по смыслу
- Нельзя размещать заголовков в конце страницы, если на ней не умещаются, по крайней мере, две строки идущего за заголовком текста

Каждую главу начинают с новой страницы



Объем ВКР

- Рекомендуемый объем ВКР – 120 000 знаков печатного текста без приложений
- Рекомендуемый объем основной части – 100 000 знаков
- Рекомендуемый объем введения – 2-5 страниц
- Рекомендуемый объем заключения – 2-4 страницы



Требования к нумерации страниц

- 1-й страницей ВКР считается титульный лист, но номера страниц вставляются начиная с 4-й страницы (введение), т. е. после титульного листа, заявления и оглавления работы
- далее последовательная нумерация всех листов, включая основную часть, заключение, список используемой литературы и приложения (если они имеются в работе)
- нумерация страниц, на которых даются приложения, является сквозной и продолжает общую нумерацию страниц основного текста
- номер страницы располагается в нижнем правом углу



Основные требования к оформлению текста

Текст ВКР набирается на компьютере в текстовом процессоре MS Word

Печатается на одной стороне белого листа

Размер бумаги стандартного формата А4 (210 x 297 мм)

Размер полей: левое – 3 см , верхнее/нижнее – 2 см, правое – 1,5 см

Шрифт: Times New Roman

Кегль (размер шрифта): основного текста – 12; сноска – 10; в таблицах и рисунках – 11 или 12 (по наполняемости); формулах – 12.

Междустрочный интервал: полуторный в основном тексте,

Расстановка переносов – автоматическая

Форматирование основного текста и ссылок – в параметре «по ширине»

Цвет шрифта – черный

Красная строка – 1,25 см (для каждого абзаца)



Знаки препинания

- ❑ ставятся после последней буквы слова без пробела.
- ❑ после знаков препинания делается пробел, **вот так**
- ❑ слова, заключенные в (скобки), не отделяются от скобок пробелом
- ❑ знак «тире» всегда отделяется с двух сторон пробелами — **таким образом**
- ❑ в сочетании знаков промежутки между ними не делаются, (например, ?:), за исключением тире (. —)
- ❑ после знака «№» делается пробел (№ 2)
- ❑ знак «%» пишется после цифры без пробела (25%)



Требования к оформлению рисунков и таблиц

- Все рисунки (графики, иллюстрации, фотографии, диаграммы, схемы и т.п.), а также таблицы могут быть приведены как в основной части, так и вынесены в приложение.
- На все рисунки, таблицы, и приложения должны быть ссылки в тексте работы.



Требования к оформлению рисунков и таблиц (продолжение)

- ❑ Каждый рисунок и каждая таблица должны иметь:
 - заголовок
 - номер (не нумеруется единственный в тексте рисунок или таблица)
- ❑ Нумерация может быть как сквозной (Рис.1, Рис. 2 и т.д.), так и по главам (Таблица 1.1, Таблица 5.2)
- ❑ При нумерации рисунков и таблиц знак «№» не ставится. Точка после цифры, обозначающей номер рисунка (таблицы), также не ставится
- ❑ В таблице нельзя оставлять пустые графы; следует заполнять («-», «нет», «нет данных»)
- ❑ при заимствовании таблиц из какого-либо источника, после нее оформляется сноска на источник в соответствии с требованиями к оформлению сносок



Рисунок. Пример оформления

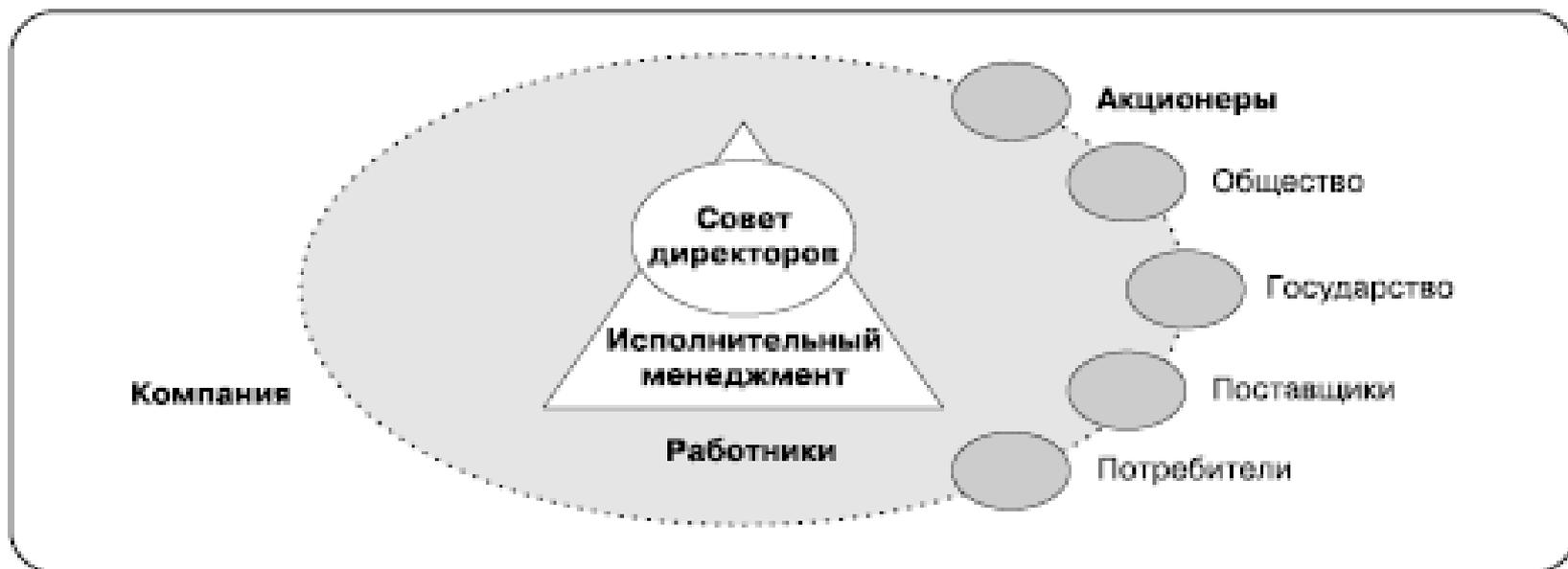


Рис.2 Компания, ее органы, акционеры и прочие стейкхолдеры



Рисунок. Пример оформления



Рис.1 Различие между корпоративным управлением, стратегическим управлением и текущим руководством компании

Источник: [Tricker, 1984, p. 145]



Рисунок. Пример оформления



Рис. 1 Этапы развития взаимоотношений



Рисунок. Пример оформления

производства новых конкурентных преимуществ? Для этого опишем модель, в основе которой лежит официальная бизнес-модель холдинга, представленная на рис. 2.



Рис.2 Бизнес-модель холдинга РБК

Источник: [15 шагов к успеху, 2007, с. 30]



Таблица. Пример оформления

Таблица

Типология подходов к исследованию стратегий

Объект

		Фирма	Менеджеры
Вопросы	Где?	Политика	Планирование
	Как?	Процесс	Практика

Источник: [Whittington, 2001, p.3]



Таблица. Пример оформления

Таблица 1

Доля материальных и нематериальных активов в активах компании, %

Отрасль \ Активы	Материальные активы	Марки	Другие нематериальные активы
Финансовые услуги	20	30	50
Предметы роскоши	25	70	5
Информационные технологии	30	20	50
Продукты и напитки	40	55	5
Фармацевтика	40	10	50
Автомобилестроение	50	30	20
Коммунальное хозяйство	70	0	30
Тяжелая промышленность	70	5	25
Розничная торговля	70	15	15

Источник: [Дойль, 2001, с. 298].



Таблица. Пример оформления

Таблица 2

Основные микроэкономические модели управления денежными средствами

Модели управления денежными средствами	Основные предпосылки управления
Модель Баумоля [Baumol, 1952]	Все денежные потоки известны Денежные потоки носят периодический характер и одновременны Денежные оттоки происходят с постоянной интенсивностью
Модель Беранека [Beranek, 1963]	Все денежные потоки известны Денежные оттоки периодичны и одновременны Денежные притоки происходят с постоянной интенсивностью
Модель Миллера–Орра [Miller, Orr, 1966]	Фирма имеет минимальный остаток денежных средств Денежные потоки нормально распределены Ожидаемый денежный поток равен нулю Не существует автокорреляции в денежных потоках Стандартное отклонение денежного потока не изменяется во времени
Модель Стоуна [Stone, 1972]	Фирма имеет минимальный остаток денежных средств Фирма располагает данными о будущих денежных потоках, хотя эти данные и содержат погрешность



Перенос таблицы

Таблица 5

Самые ценные российские бренды из рейтинга
ТОП-40 Interbrand,
созданные в 1991-1997 гг.

Рейтинг	Бренд	Сектор	Стоимость бренда на 2013 г. (млн руб.)	Год создания
1	2	3	4	5
9	Балтика	Алкоголь	56 240	1990
25	Альфа банк	Финансы	8313	1990
30	Невское	Алкоголь	6203	1990
38	ВТБ	Финансы	3385	1990
8	Лукойл	Нефть	75 191	1991
13	Роснефть	Нефть	31 271	1991
3	Билайн	Телеком	155 473	1992
33	Ингосстрах	Финансы	4074	1992
2	МТС	Телеком	192 107	1993
4	Мегафон	Телеком	114 156	1993
14	Ростелеком	Телеком	28 315	1993
18	Сургутнефтегаз	Нефть	21 792	1993
21	Банк Русский Стандарт	Финансы	11 439	1993

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5
23	РБК	Медиа	10618	1993
37	НТВ	Медиа	3426	1993
12	Газель	Автомобилестроение	32 360	1994
19	Тонус	Продукты питания	21 049	1994
32	Банк Москвы	Финансы	4494	1995
36	Связной	Ритейл	3539	1995
20	СТС	Медиа	15 414	1996
28	Домик в деревне	Продукты питания	7937	1997

Источник: [Interbrand, 2013]



Требования к оформлению уравнений и формул

- **Внутритекстовые** формулы (короткие, простые, не имеющие самостоятельного значения и не пронумерованные)
- Оформленные **отдельной строкой**
 - **Предпочтительно выравнивание по центру**
 - **выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки**
 - **если уравнение не умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (\times), деления (:), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют**
- Шрифт и кегль - в соответствии с основным текстом
- Порядковые номера формул обозначают арабскими цифрами в круглых скобках
- Выравнивание порядкового номера по правому краю печатного листа
- Нумерация сквозная или в пределах главы, например: (2), (3.1)
- ссылки в тексте на порядковые номера формул даются в круглых скобках, например, «в формуле (1)»
- пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле



Формулы. Примеры оформления

Для оценки стоимости капитала проекта в целом при смешанной структуре финансирования воспользуемся популярной формулой средневзвешенной стоимости капитала (*WACC*):

$$WACC = w_e \cdot k_e + w_d \cdot k_d (1 - T), \quad (3)$$

где $w_e = E/V$ и $w_d = D/V$ — удельные веса собственного капитала и долга в совокупной оценке компании $V = E + D$, а k_e и k_d — стоимость собственного капитала и стоимость долга (*cost of debt*) соответственно.

а средневзвешенную стоимость капитала мы будем рассчитывать по скорректированной формуле:

$$WACC_t = \frac{E_{t-1}}{V_{t-1}} k_{e,t} + \frac{D_{t-1}}{V_{t-1}} k_d - \frac{TS_t}{V_{t-1}}. \quad (19)$$



Формулы. Примеры оформления

Ожидаемый доход рынка при заданных значениях α и β может быть определен по формуле:

$$\begin{aligned} \Pi_{E,P} &= \frac{\alpha + \beta}{(1 - \omega)^2} \times \\ &\times \int_{v_m}^1 dv \int_{\omega}^{c_M} dc \{k p_S(c) \Theta[v - (1 + \beta) p_S(c)] + (1 - k) p_B(v) \Theta[(1 - \alpha) p_B(v) - c]\}. \end{aligned} \quad (5)$$

Откуда:

$$\Pi_{E,P}^0 = \frac{(\alpha + \beta) ((1 - \alpha)(1 + k) + (1 + \beta)(2 - k) \omega) ((1 - \alpha) - (1 + \beta) \omega)^2}{12(1 - \alpha)^2 (1 + \beta)^2 (1 - \omega)^2}, \quad (6)$$

$$\Delta \Pi_{E,P} = -\frac{\alpha + \beta}{(1 - \omega)^2} \left\{ k(1 - \alpha) \frac{(\Delta s_M)^2}{4} + (1 - k)(1 + \beta) \omega \frac{(\Delta b_m)^2}{4} \right\} + o(\xi, \eta). \quad (7)$$



Формулы. Примеры оформления

для старших степеней. Например, в случае комиссионных затрат доход складывается из двух слагаемых: первое слагаемое Π_E^0 соответствует случаю, когда параметры ξ и η ожидаемого дохода от внерыночной сделки сколь угодно малы, а второе слагаемое представляет собой приращение дохода $\Delta\Pi_E$, зависящее от ξ и η :

$$\Pi_E(\alpha, \beta; \xi, \eta) = \{\Pi_E^0(\alpha, \beta) + \Delta\Pi_E(\alpha, \beta; \xi, \eta)\} \Theta\left[\frac{1-\alpha}{1+\beta} - \omega\right], \quad (4)$$

где $\Theta[x]$ — индикаторная функция, определяемая следующим образом:
 $\Theta[x] = 1$, если $x \geq 0$ и $\Theta[x] = 0$, если $x < 0$.



Требования к оформлению примечаний

- **Примечание** — краткое пояснение конкретного места основного текста или дополнение к нему
- Подстрочные примечания (сноски)
- Знак сноски оформляется как верхний индекс, обозначается, как правило, арабской цифрой
- Сочетание знака сноски со знаками препинания
 - **Знак сноски ставят перед знаками:** «.», «,», «;», «:», «-», **закрывающая кавычка «...»²**
 - Если примечание относится ко всему тексту, заключенному в кавычки, то знак сноски ставится **после** знака закрывающей кавычки «...»²
 - Если знак точки выступает как знак сокращения (например, 1991 г., т.д.), то знак сноски ставится после точки: т.д.¹
 - **Знак сноски ставят после знаков:** «...», «?», «!», **закрывающая скобка (...)**²
 - Если примечание относится к слову или фразе, заключенной в скобки, то знак сноски ставится **перед** знаком закрывающей скобки (...)²



Примечания. Пример оформления

Первый подход заключается в том, что активы определяются как *все активы (Total Assets — TA)* организации. Данный подход фактически предполагает, что в качестве инвестиционной базы используется величина, тождественная активам официального бухгалтерского баланса. В этом случае показатель рентабельности активов трансформируется в показатель рентабельности совокупных активов (*Return on Total Assets — ROTA*), рассматриваемый, в частности, в ряде классических работ (см., напр.: [Бернстайн, 1996; Ковалев, 2002; Damodaran, 1996]). Отметим, что экономический эффект, генерируемый совокупными активами организации, есть *чистая операционная прибыль после уплаты процентов (Earnings Before Interest — EBI)*¹, рассчитываемая как:

¹ Показатель *EBI* в литературе также обозначается *NOPAT (Net Operating Profit after Taxes — чистая операционная прибыль после налогообложения)* [Stewart, 1999], или как *NOPLAT (Net Operating Profit less Adjusted Taxes — чистая операционная прибыль за вычетом скорректированных налогов)* [Koller, Goedhart, Wessels, 2005].



Примечания. Пример оформления

в его лице опаснейшего конкурента. В частности, в 2010 г. социальная сеть Facebook стала в США веб-сервисом номер один⁶, обогнав по посещаемости Google, который до этого считался главным врагом СМИ (агрегируя онлайн-контент ведущих издательских домов, Google и Yahoo! уводят их аудиторию на свои страницы, из-за чего авторы контента лишаются значительной части интернет-рекламы). Социальные сети Facebook и MySpace для значительной части аудитории (в особенности молодежи) заменяют газеты и их онлайн-версии в качестве главных источников новостей — блогеры и

⁶ По данным аналитической компании Experian Hitwise US на 13 марта 2010 г. (www.hitwise.com).



Примечания. Пример оформления

Герои новых российских фильмов также находят свое применение в бизнесе. Новгородская компания «Дека», например, выпускает квас «Добрыня Никитич»⁴. Компания «Топсервис» уже третий год подряд покупала у Первого канала российского телевидения лицензию на товарный знак «Ночной дозор»⁵ для выпуска карманных фонарей, батареек и настольных ламп «Космос — Ночной дозор». Компании «Хадбер» проданы лицензии на выпуск тетрадей «Ночной дозор» и «Турецкий гамбит». Создатель сери-

³ Самая популярная детская телепередача для малышей на российском телевидении. В 2008 г. передаче исполнилось 45 лет. Процент смотрящих программу от общего числа телезрителей старше четырех лет в 2007 г., по данным TNS Gallup Media, составил 3,7%. Сегодня права на передачу «Спокойной ночи, малыши!» принадлежат телекомпании «Класс». Компания делает 15 передач для разных каналов. По собственным данным, ее оборот в 2006 г. составил около 10 млн долл.

⁴ Добрыня Никитич — персонаж полнометражного анимационного фильма «Добрыня Никитич и Змей Горыныч», снятого в 2006 г. на студии «Мельница».

⁵ «Ночной дозор» — полнометражный игровой фильм по одноименному роману С. Лукьяненко, вышедший на экраны в 2004 г. Кассовые сборы фильма за лето 2004 г. составили около 15,7 млн долл., было продано 600 тыс. лицензионных дисков и кассет.



Примечания. Пример оформления

Маркидес и Уильямсон [Маркидес, Уильямсон, 2008] используют понятие «стратегическая связанность» применительно к различным линиям бизнеса и под этим термином подразумевают нечто иное, чем «связанность на стратегическом уровне» у Гранта. Они подчеркнули высокую важность сравнения базовых «стратегических активов»⁸ в различных ви-

⁸ Авторы проясняют различие между «стратегическими активами» и «ключевыми компетенциями»: стратегическими являются активы, лежащие в основе преимущества фирмы в затратах или дифференциации на определенном рынке и характеризующиеся невозможностью совершенной имитации, совершенного замещения и свободной продажи. Вместе с тем ключевые компетенции представляют собой запас опыта, знаний, систем и т. д., которые существуют в каком-либо другом подразделении корпорации и могут быть использованы с целью сокращения затрат или времени, необходимых для создания нового стратегического актива или увеличения запаса имеющегося. Таким образом, компетенции являются потенциальными катализаторами процесса накопления стратегических активов.



Библиографические ссылки

Библиографическая ссылка содержит библиографические сведения о цитируемом, рассматриваемом или упоминаемом в тексте документа другом документе (его составной части или группе документов), необходимые и достаточные для его идентификации, поиска и общей информации.

**ГОСТ Р 7.0.5–2008 Библиографическая ссылка.
Общие требования и правила составления.**



Виды библиографических ССЫЛОК

по месту расположения

- **внутритекстовые** – в тексте документа
- **подстрочные** – вынесенные из текста в сноску
- **затекстовые** – вынесенные за текст

по числу применений

- первичные
- повторные



Оформление библиографических ссылок

- В ссылках необходимо указывать страницу цитируемого текста, за исключением газет объемом до 8-ми страниц включительно
- В ссылке можно не указывать объем источника; он должен быть указан в списке использованной литературы
- Если сведения заимствованы не из первоисточника, необходимо указать источник заимствования: «Цитировано по:», допускается сокращение «Цит. по:»
- Допускается ссылка на список использованной литературы (в квадратных скобках после соответствующих слов в тексте) – **внутритекстовая ссылка**
- Ссылки на таблицы и рисунки оформляются непосредственно под самой таблицей или рисунком
- Если таблица составлена самостоятельно, то в ссылке необходимо указать «Составлено по:», если заимствовано, то следует запись «Источник:»



Образцы библиографических ссылок (подстрочные)

для книг

- ¹ Парсонс Т. Система современных обществ : пер. с англ. М., 1997. С. 20.
- ² Никонов В.И., Яковлева В.Я. Алгоритмы успешного маркетинга. М., 2007. С. 256–300.
- ³ История экономики. М., 2006.

Или более подробно:

- ⁴ Тарасова В.И. Политическая история Латинской Америки: учеб. для вузов. – 2-е изд. – М.: Проспект, 2006. – С. 305–412.
- ⁵ Волков Д.Л. Теория ценностно-ориентированного менеджмента: финансовый и бухгалтерский аспекты. – СПб.: Издательский Дом СПбГУ, 2006. – 316 с.

Если текст цитируется не по первоисточнику:

- ⁶ Цит. по: Мировая валютная система и проблема конвертируемости рубля / науч. ред. Н.П. Шмелев. М., 2006. С. 295.



Библиографические ссылки (подстрочные). Продолжение

для статей

⁷ Шлыков В.В. Назад в будущее, или Экономические уроки холодной войны // Россия в глобальной политике. 2006. Т. 4, № 2. С. 26–40.

⁸ Бухвалов А.В. Почему компании становятся публичными? Теория и практика IPO [Электронный ресурс] // Российский журнал менеджмента. – 2009. – Т. 7, № 1. – URL: <http://www.cbr.ru/analytics> (дата обращения: 15.03.2017).

или, если в статье имеются библиографические сведения о документе (автор и заглавие):

⁸ URL: <http://www.cbr.ru/analytics>

⁹ Россия в глобальной политике. 2006. Т. 4, № 2. С. 26–40.



Повторная библиографическая ссылка

Повторная ссылка, следующая подряд (в пределах одного листа)

<i>Первичная</i>	¹⁰ Коваленко Б. В., Пирогов А. И., Рыжов О. А. Политическая конфликтология. М., 2002. С. 169–178.
<i>Повторная</i>	¹¹ Там же. С. 191. ¹² Там же.
<i>Первичная</i>	¹³ Kriesberg L. Constructive conflicts: from escalation to resolution. Lanham, 1998.
<i>Повторная</i>	¹⁴ Ibid. P. 152.

Внимание!

«Там же» или «ibid.» (ibidem) указываются при последовательном расположении первичной и повторной ссылки



Повторная библиографическая ссылка

Повторная ссылка, идущая не подряд (в разных частях работы)

<i>Первичная</i>	¹⁴ Гаврилов В. П., Ивановский С. И. Общество и природная среда. М., 2006. 210 с.
<i>Повторная</i>	¹⁶ Гаврилов В. П., Ивановский С. И. Общество и природная среда. С. 81. ¹⁶ Гаврилов В. П., Ивановский С. И. Указ. соч. С. 81.
<i>Первичная</i>	¹⁷ Концепция виртуальных миров и научное познание. СПб., 2000. 319 с.
<i>Повторная</i>	¹⁹ Концепция виртуальных миров ... С. 190.



Библиографические ссылки на электронные ресурсы

- ³ Центральный банк России [Электронный ресурс] : информ.-аналит. материалы. – Банк России, сор. 2000–2019. – URL: <http://www.cbr.ru/analytics> (дата обращения: 16.02.2019).
- ⁴ Лещенко О.А., Корчагина Е.В. Современные методы оценки эффективности деятельности компаний в области КСО [Электронный ресурс] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. – № 1. – URL: <http://www.mevriz.ru/articles/2014/1/5595.html> (дата обращения: 16.02.2019).
- ⁵ Слатинов В. Инфраструктура, соцпроекты, конкуренция [Электронный ресурс] : эксперт о макрорегионах ЦФО // REGNUM : информ. агентство. ИА REGNUM, 1999-2019. URL: <https://regnum.ru/news/economy/2574175.html> (дата обращения: 16.02.2019).

или, если в тексте документа имеются библиографические сведения, идентифицирующие электронный ресурс:

- ⁵ URL: http://ecsn.ru/files/pdf/201801/201801_17.pdf



Библиографические ссылки (внутритекстовые)

В случае внутритекстовой ссылки после соответствующих слов в тексте ставятся квадратные скобки, в которых указывается наименование источника в списке использованной литературы и через запятую - номер страницы

Например, «приведенные данные взяты из [Федотов, 1997, с. 110]».

1. *Акцент на идентификацию товара и его отличия от конкурентов.*
«Бренд — это имя или символ, которые идентифицируют продукт. Успешный бренд идентифицирует продукт, который имеет неоспоримое конкурентное преимущество» [McDonald, 1999, p. 162].
2. *Акцент на восприятии товара потребителем.*
«Бренд — это набор восприятий в глазах потребителя» [Feldwick, 1999, p. 137].

Современное «толкование понятия „бренд“ включает все ассоциации потребителя, возникающие в связи с товаром в результате приобретения собственного опыта, одобрения общественности и советов окружающих» [Рудая, 2006, с. 17].



Внутритекстовые ссылки. Пример.

Указанные замечания преодолеваются применением *третьего подхода* к определению инвестиционной базы показателя *ROA*, в соответствии с которым активы определяются как *чистые операционные активы* (*Net Operating Assets — NOA*) организации, т. е. как разница между операционными активами и операционными обязательствами, или как активы, финансируемые за счет собственного капитала и чистых финансовых обязательств как разницы между финансовыми обязательствами и финансовыми активами организации. Соответственно, показатель *ROA* при данном подходе модифицируется в показатель *рентабельности чистых операционных активов* (*Return on Net Operating Assets — RNOA*), рассматриваемый, в частности, в таких источниках, как [Penman, 2001; Koller, Goedhart, Wessels, 2005].

Суть последнего подхода заключается в необходимости разделения операционной и финансовой деятельности в балансе и отчете о прибылях



Внутритекстовые ссылки. Пример.

Социальные сети (в широком смысле этого слова) обеспечивают предпринимателей широким набором ценных ресурсов, которые пока не являются собственностью предпринимателей и помогают им в достижении их целей [Hansen, 1995; Jenssen, 2001; Ripolles, Blesa, 2005; Welter, Kautonen, 2005; Klyver, Hindle, Meyer, 2008]. Среди наиболее важных ресурсов, доступ к которым обеспечивают социальные сети, можно выделить следующие [Klyver, Hindle, Meyer, 2008, p. 332]:

- ◆ информацию;
- ◆ доступ к финансам;
- ◆ доступ к компетенциям, знаниям и советам (любая компетентная помощь);
- ◆ общественное признание;
- ◆ репутацию и надежность.



Ссылки на таблицы/рисунки. Пример 1

Таблица 1

Доля материальных и нематериальных активов в активах компании, %

Отрасль \ Активы	Материальные активы	Марки	Другие нематериальные активы
Финансовые услуги	20	30	50
Предметы роскоши	25	70	5
Информационные технологии	30	20	50
Продукты и напитки	40	55	5
Фармацевтика	40	10	50
Автомобилестроение	50	30	20
Коммунальное хозяйство	70	0	30
Тяжелая промышленность	70	5	25
Розничная торговля	70	15	15

Источник: [Дойль, 2001, с. 298].



Ссылки на таблицы/рисунки. Пример 2

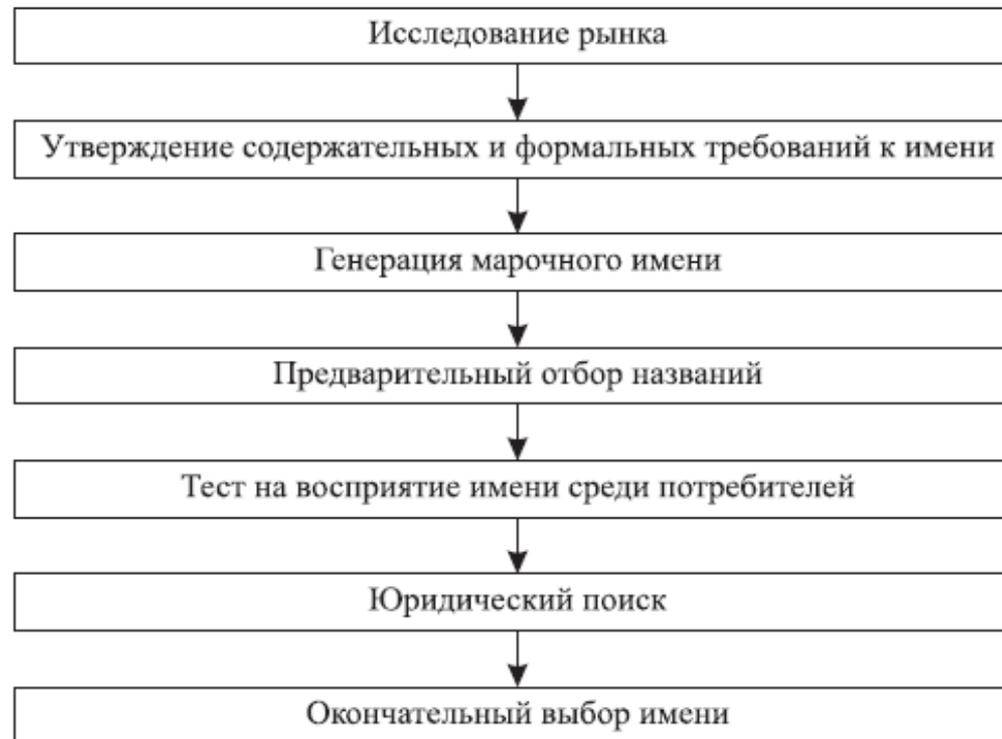


Рис.3 Процесс разработки марочного названия
Составлено по: [Дымшиц, 2004, с. 84]



Оформление библиографического списка

- **Библиографический список** (Список литературы) – библиографическое пособие, содержащее библиографическое описание использованных (*цитируемых, рассматриваемых, упоминаемых*) и (или) рекомендуемых документов.
- **Список литературы** должен содержать библиографические сведения обо всех публикациях, упоминаемых в работе, и не должен содержать указаний на публикации, на которые в тексте нет ссылок.

ГОСТ 7.1–2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.



Общие правила составления библиографического списка

1. Нумерация всей использованной литературы сплошная от первого до последнего источника.
2. Оформление списка выполняется в общем алфавите авторов и заглавий.
3. Последовательность:
 - Русский язык
 - Латиница
4. Электронные ресурсы помещаются в общий библиографический список в соответствии с указанным порядком.



Печатные документы

- книги
- журналы
- статьи

Электронные документы

- Электронные книги
- Internet-ресурсы



Области библиографического описания. Печатный документ

Агапова, Т.А. *[Первый автор]*

Макроэкономика *[Заглавие]*

: учебник *[Сведения, относящиеся к заглавию]*

/ Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина *[Область ответственности (сведения об авторах или редакторах)]*

. – 6-е изд. – *[Сведения об издании, если есть]*

. – М. : Дело и Сервис, 2004 *[Выходные данные]*

– 447 с. *[Страницы]*



Знаки предписанной пунктуации

.	<i>точка</i>
. —	<i>точка и тире</i>
:	<i>двоеточие</i>
,	<i>запятая</i>
/	<i>косая черта</i>
//	<i>две косые черты</i>
[]	<i>квадратные скобки</i>



Место издания

Москва	М.
Санкт-Петербург	СПб.
Ленинград	Л.
Киев	Киев
London	London



Сведения об издании

First edition/ Первое издание	—
Second edition/ Второе издание	2nd ed./2-е изд.
Third edition/ Третье издание	3rd ed./3-е изд.
Fourth edition/ Четвёртое издание	4th ed./4-е изд.



Если у книги один автор

Дафт, Р.Л. Менеджмент: пер. с англ. / Р.Л. Дафт. — СПб. : Питер, 2014. — 655 с.

Hollensen, S. Global marketing: a decision-oriented approach / S. Hollensen. — 4th ed. — Harlow : Prentice Hall, 2007. — 714 p.



Высшая
школа менеджмента

Санкт-Петербургского
государственного университета

Сокращение слов в библиографических описаниях

**ГОСТ Р 7.0.12-2011. Библиографическая запись.
Сокращение слов и словосочетаний на русском языке.
Общие требования и правила.**

NB! Сокращение слов в заголовках не допускается!



Если у книги два (три) автора

Виханский, О.С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. — 4-е изд. — Москва : Экономистъ, 2006. — 671 с.

Блэкуэлл, Р. Поведение потребителей: пер. с англ. / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Д. Энджел. — 10-е изд. — СПб. [и др.] : Питер, 2007. — 943 с.

Brealey, R.A. Principles of corporate finance / Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Franklin Allen. — 9th ed. — Boston [etc.] : McGraw-Hill/Irwin, 2008. — 976 p.



Более 3-х авторов в источнике

**Контроллинг в бизнесе / А.М. Карминский и др.
— М. : Финансы и статистика, 2003. — 252 с.**

**European business and marketing / edited by
Phil Harris and Frank McDonald. — 3rd ed. —
London : Sage Publications, 2004. — 302 p.**

**Акционерное дело : учебник для студентов
вузов / под ред. В.А. Галанова. — 2-е изд. —
М. : Финансы и статистика, 2003. — 543 с.**



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Том из многотома

**Российская торговая энциклопедия. Т. 1 / гл. ред.
Я. Л. Орлов. — М. : РООИиП, 1999. — 479 с.**

**The new Palgrave : dictionary of economics. Vol. 1 /
edited by John Eatwell et al. — Houndmills [etc.] :
Palgrave, 2004. — 949 p.**



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Библиографическое описание статьи из сборника

Алексеев, А.А. Маркетинговый аудит / А.А.

**Алексеев // Управление маркетингом : лучшие
статьи за 2001-2003 гг. — М., 2005. — С. 100-107.**

Cherny, D. Time series analysis in decision making / D.

**Cherny // New models of business : managerial aspects
and enabling technology. — St. Petersburg, 2001. — P. 187-
194.**



Библиографическое описание статьи из периодического издания

Васильева, Н.О. [Первый автор]

**Фальсификация и контрафакция товарных знаков
[Заглавие]**

**/ Н.О. Васильева, Е.А. Нечушкина [Область
ответственности (сведения об авторах или
редакторах)]**

**// Маркетинг в России и за рубежом [Название
периодического издания]**

. — 2005 [Год издания]

. — № 1 [Том, номер издания]

. — С. 124-130. [Страницы]



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Статья из журнала

**Васильева, Н.О. Фальсификация и контрафакция
товарных знаков / Н.О. Васильева, Е.А. Нечушкина //
Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 1. — С. 24-
130.**

**Gabarro, J.J. Managing your boss / J.J. Gabarro,
J.P. Kotter // Harvard Business Review. — 2005. —
Vol. 83, N 1. — P. 92-99.**



Библиографическое описание сайта

Elibrary.ru : научная электронная библиотека (*Название сайта*)

[**Электронный ресурс**] (*Обозначение материала*)

. — **ООО Научная электронная библиотека, 2000-2019**
(*Выходные данные*)

. — Режим доступа: <http://www.elibrary.ru> (*электронный адрес документа/URL*)

(*дата обращения: дд.мм.гггг*).



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Библиографическое описание электронного ресурса

**Чезборо, Г.У. Стратегическое управление инновациями
[Электронный ресурс] / Генри У. Чезборо, Дэвид Дж. Тис. –
СПб. : Факультет менеджмента СПбГУ, 2004. – 1 CD-ROM.**

**Elibrary.ru : научная электронная библиотека
[Электронный ресурс]. – ООО Научная электронная
библиотека, 2000-2017. – Режим доступа:
<http://www.elibrary.ru>, свободный (дата обращения:
10.03.2017).**



Библиографическое описание электронного документа

- заголовок (имя автора).
- основное заглавие.
- [Электронный ресурс] (*Обозначение материала*)
- : сведения, относящиеся к заглавию
- // сведения об идентифицирующем документе при библиографическом описании составной части документа (профессиональный или персональный веб-сайт, периодическое электронное издание и т.д.)
- . – Режим доступа/URL: электронный адрес документа
- (дата обращения к документу дд.мм.гггг).



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Описание электронного материала с сайта

Бизнес и промышленность, их история [Электронный ресурс] // Энциклопедия Кругосвет. — Универсальная научно-популярная энциклопедия Кругосвет, 1997-2019 . — Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru> (дата обращения: 15.02.2019).

Sustainability report: zero waste by 2022 [Электронный ресурс] Jul. 3, 2017 // Сайт Whirlpool Corporation. — Whirlpool Corporation, 2019. — Режим доступа: <https://www.whirlpoolcorp.com/sustainability-report-zero-waste-by-2022/> (дата обращения: 15.02.2019).



Библиографическое описание статьи

Бухвалов, А.В. Управленческая теория фирмы: прогресс в синтезе теории финансов и стратегического менеджмента [Электронный ресурс] // Российский журнал менеджмента. — 2016. — Т. 14, № 4. — СПб. : С.-Петербургский гос. ун-т, 2017-2019. — Режим доступа: <https://rjm.spbu.ru/article/view/125/118> (дата обращения: 15.02.2019).

Drucker, P.F. Business big brains [Электронный ресурс] // Management Today. — 2016. — April, Issue 4. — EBSCO Industries, 2019. — Режим доступа: <http://search.epnet.com> (дата обращения: 15.02.2019).



Список использованной литературы

1. Акперов, И.Г. Организация стратегического маркетинга в торговле: инновационный аспект [Электронный ресурс] / И.Г. Акперов // Практический маркетинг. — 2017. — № 7. — Научная электронная библиотека eLibrary.ru, 2000-2019. — Режим доступа: <https://proxy.library.spbu.ru:2100/item.asp?id=29432087> (дата обращения: 16.02.2019).
2. Бухвалов, А.В. Управленческая теория фирмы: прогресс в синтезе теории финансов и стратегического менеджмента / А.В. Бухвалов // Российский журнал менеджмента. — 2016. — Т. 14, № 4. — С. 105-126.
3. Промышленное производство: общеэкономические показатели // Российский статистический ежегодник, 2018. — М., 2018. — С. 337-347.
4. Федотов, Ю.В. Методы построения сводных оценок эффективности деятельности сложных производственных систем / Ю.В. Федотов. — СПб. : НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. — 33 с.
5. Яблонский, С.А. Многосторонние платформы и рынки: основные подходы, концепции и практики [Электронный ресурс] / С.А. Яблонский // Российский журнал менеджмента. — 2013. — Т. 11, № 4. — СПб. : С.-Петербургский гос. ун-т, 2017-2019. — Режим доступа: <https://rjm.spbu.ru/article/view/243/228> (дата обращения: 15.02.2019).
6. Gonzalez, L. M. Knowledge management – centric helpdesk: specification and performance evaluation / L.M. Gonzalez, R.E. Giachetti, G. Ramirez // Decision Support Systems. — 2005. — Vol. 70, Issue 2. — Elsevier B. V., 2005. — Режим доступа: <http://www.sciencedirect.com> (дата обращения: 15.02.2019).
7. Williamson, O.E. The mechanisms of governance / O.E. Williamson. — New York : Oxford University Press, 1996. — 429 p.



Требования к оформлению приложений

- материал, дополняющий текст работы, допускается помещать в **приложениях**
- приложением может быть графический материал, таблицы большого формата, статистический материал, подробное описание методик исследования и расчетов и т.д.
- в тексте работы на все приложения имеются ссылки
- каждое приложение начинается с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» и имеет тематический заголовок, расположенный по центру
- при наличии в работе более одного приложения они нумеруются арабскими цифрами (без знака №), например «Приложение 1», «Приложение 2» и т.д.

Желаю вам успешно преодолеть

«...путь, по которому следует идти, чтобы в определенный день и час перед определенной комиссией вы могли положить пачку листов в переплете, соответствующую нормативам, состоящую из нужного числа отпечатанных страниц, чтоб этот диплом предположительно как-то соотносился с вашей специальностью, чтобы он не поверг оппонентов в состояние грустной задумчивости».

(Эко У. Как написать дипломную работу. М., 2003. С. 8).



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

Ваши вопросы?!

*Библиотека Института «ВШМ» СПбГУ
Петрова Галина Анатольевна*

galinapetrova@gsom.spbgu.ru

Тел. (812) 323-84-43



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета





**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета

