

2 Мельник Л.Г. Экономика информации и информационные системы предприятия: учеб. пос. / Л.Г. Мельник, С.Н. Ильяшенко, В.А. Касьяненко. – Сумы: Университетская книга, 2004. – 400 с.

Многотомное издание:

3 Украина и ее регионы на пути к инновационному обществу: монография: в 4-х т. Т.4 / А.И. Амоша, И.П. Булеев, В.И. Дубницкий и др.; под общ. ред. В.И. Дубницкого, И.П. Булеева. – Донецк: ЮгоВосток, 2011. – 372 с

Редакторы (без автора):

4 Маркетинг: стратегии, с которыми побеждают / под ред. А. Мальцевой. – К.: ИД «Максимум», 2006. – 314 с.

Автор и переводчик:

5 Халлиган Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган, Дж. Шах; пер. с англ. Н. Коневская. – М.: Диалектика, 2010. – 256 с.

Редактор и автор:

6 Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; под ред. Л.И. Евенко; пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 563 с.

Периодические издания:

7 Ильяшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями / С.Н. Ильяшенко // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2013. – № 2. – С. 13-23.

8 Олефиренко О.М. Проблемы теории и практики брендинга территорий на примере концепции формирования бренда Сумской области / О.М. Олефиренко, М.Ю. Карпищенко // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2011. – Т. 2, № 4. – С. 30-40.

Материалы конференции:

9 Сигида Л.А. Исследование особенностей маркетинговых каналов продвижения инновационной продукции как основы эффективного функционирования предприятий в условиях трансформации экономики / Теория и практика трансформационных процессов в экономике регионов, отраслей и предприятий: материалы II Международной научно-практической конференции (29 июня 2012 года). – Курск: Деловая полиграфия, 2012. – С. 139-145.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

Периодическое издание:

10 Ильяшенко С.Н. Анализ проблем восприятия абитуриентами специальности «маркетинг» (на примере Сумской области) [Электронный ресурс] / С.Н. Ильяшенко, М.Ю. Карпищенко // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2011. – Т. 3, № 1. – С. 21-27. – Режим доступа: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_21_27.pdf

Без автора:

11 Федеральный закон «О рекламе». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12145525/>.

Сайт:

12 Сайт журнала «Маркетинг и менеджмент инноваций» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru>.

Книги:

13 Ильяшенко С.Н. Маркетинг в примерах и задачах: учеб. пос. [Электронный ресурс] / С.Н. Ильяшенко. – Сумы: СумГУ, 2006. – 108 с. – Режим доступа: <ftp://lib.sumdu.edu.ua/rio/2006/k425253.doc>

Авторефераты диссертаций и диссертации:

14 Попова И.В. Позиционирование муниципального образования на основе оценки его привлекательности: на примере г. Владивостока: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук: спец.08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг» / И.В. Попова. – Владивосток, 2007. – 67 с.

15 Попова И.В. Позиционирование муниципального образования на основе оценки его привлекательности: на примере г. Владивостока: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Инна Викторовна Попова. – В., 2007. – 200 с.

Законодательные и нормативные документы. Стандарты:

16 Молодежь в России. 2010: стат. сб. / ЮНИСЕФ, Росстат. – Офиц. изд. – М.: ИИЦ «Статистика России», 2010. – 166 с.

17 Послание Президента РК от 29.06.2010 «О бюджетной политике в 2011-2013 годах» // Пенсия. – № 7. – 2010. – июль

Автор и переводчик:

5 Khalligan B., & Shah, Dh. (2010). Marketing v Internetе: kak privlech klientov s pomoshchiu Google, sotsialnykh setei i blogov [Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs]. (N. Kon-evskaia, Trans). Moscow: Dialektika [in Russian].

Редактор и автор:

6 Ansoff, I. (1989). Strategicheskoe upravlenie [Strategic management]. L.I. Evenko (Ed.). Moscow: Ekonomika [in Russian].

Периодические издания:

7 Iiashenko, S.N. (2013). Primenenie metodov i instrumentov marketinga v upravlenii znaniiami [Application of methods and instruments of marketing in management of knowledge]. *Marketing i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations*, 2, 13-23 [in Russian].

8 Olefirenko, O.M., & Karpishchenko, M.Yu. (2011). Problemy teorii i praktiki brendinga territorii na primere kontseptsii formirovaniia brenda Sumskoi oblasti [Problems of the theory and practice of territories branding on the example of the concept of formation of a brand of Sumy region]. *Marketing i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations*, Vol. 2, 4, 30-40 [in Russian].

Материалы конференции:

9 Sihida, L.A. (2012). Issledovanie osobennostei marketingovykh kanalov prodvizheniia innovatsionnoi produktsii kak osnovy effektivnogo funktsionirovaniia predpriatii v usloviakh transformatsii ekonomiki [Research of features of marketing channels of innovative production advance as bases of enterprises effective functioning in the conditions of economy transformation]. Proceedings from The theory and practice of transformational processes in economy of regions, branches and enterprises 12: *II Mezhdunarodnaia nauchno-prakticheskaiia konferentsiia (29 iunia 2012 hoda) – 2nd International Scientific and Practical Conference*. (pp. 139- 145). Kursk: Delovaia poligrafiiia [in Russian].

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ**Периодическое издание:**

10 Iiashenko, S.N., & Karpishchenko, M.Yu. (2011). Analiz problem vospriiatiia abiturientami spetsialnosti «marketing» (na primere Sumskoi oblasti) [Analysis of problems of entrants' perception the speciality «Marketing» (on the example of Sumy region)]. *Marketing i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations*, Vol. 3, 1, 21-27. Retrieved from http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_21_27.pdf [in Russian].

Без автора:

11 Federalnyi zakon «O reklame» [Federal Law «On Advertising»]. Retrieved from <http://base.garant.ru/12145525/> [in Russian].

Сайт:

12 Sait zhurnala «Marketing i menedzhment innovatsii» [Site of journal «Marketing and Management of Innovation»]. Retrieved from <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru> [in Russian].

Книги:

13 Iiashenko, S.N. (2006). Marketing v primerakh i zadachakh [Marketing in examples and tasks]. Sumy: SumSU. Retrieved from <ftp://lib.sumdu.edu.ua/rio/2006/k425253.doc> [in Russian].

Авторефераты диссертаций и диссертации:

14 Popova, I.V. (2007). Pozitsionirovanie munitsipalnogo obrazovaniia na osnove otsenki ego privlekatelnosti: na primere g. Vladivostoka [Municipality positioning on the basis of an assessment of its appeal: on the example of Vladivostok]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Vladivostok [in Russian].

15 Sachuk, T.V. (2006). Pozitsionirovanie munitsipalnogo obrazovaniia na osnove otsenki ego privlekatelnosti: na primere g. Vladivostoka [Territorial marketing as a factor of regional government (on the example of the Republic of Karelia)]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Saint Petersburg [in Russian].

Законодательные и нормативные документы. Стандарты:

16 Molodezh v Rossii. 2010: stat. sb. [Youth in Russia. 2010: Statistical Yearbook]. (2010). *YuNISEF, Rosstat*. Moscow: IITs «Statistika Rossii» [in Russian].

17 Poslanie Prezidenta RK ot 29.06.2010 «O biudzhethnoi politike v 2011-2013 godakh» [The budgetary message of the President of the Kazakhstan of 29.06.2010 «About the budgetary policy in 2011-2013»]. (2010, July). *Pensiia – Pension*, 7 [in Russian].

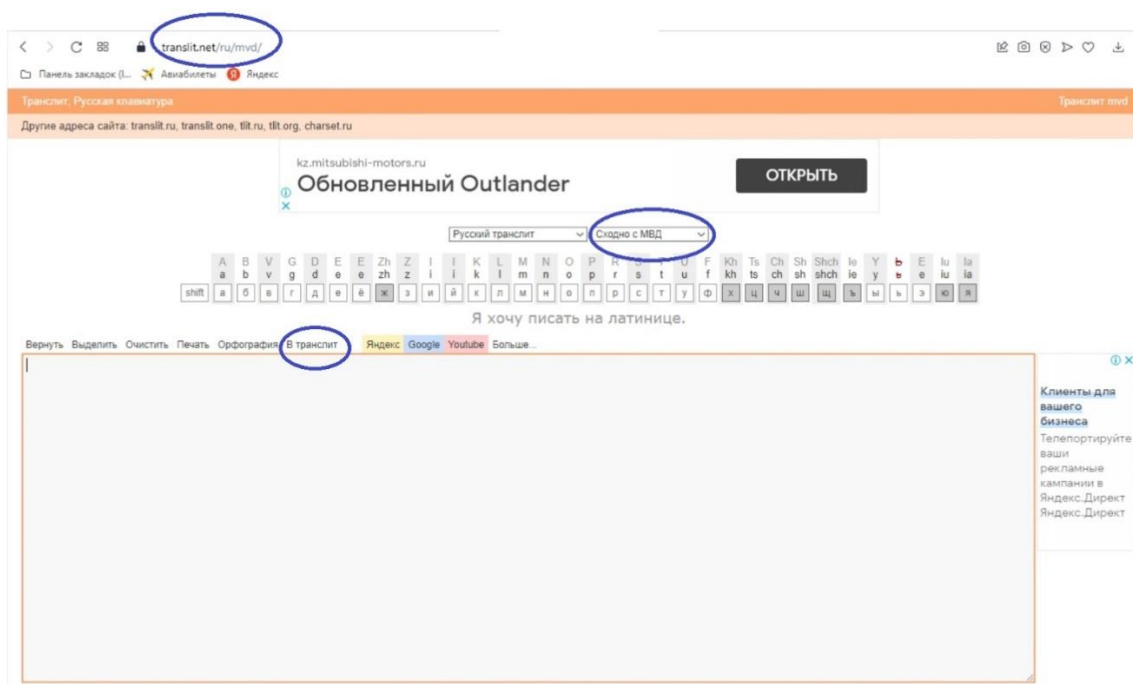
18 Zakon Respubliki Kazakhstan ot 21 iulia 2011g. N 254-FZ «O vnesenii izmenenii v zakon «O nauke i gosudarstvennoi nauchno-tekhnicheskoi politike» [The law of the Republic of Kazakhstan of July 21, 2011 N 254- FZ «About modification of the law «On science and the state scientific and technical policy»]. (2011, 26 July). *Kazakhstanskaia pravda – Kazakhstan's truth* [in Russian].

Архивные документы:

19 AP RK [Archive of the President of the Republic of Kazakhstan]. – F. 708. – Op.1. – D.53. – L.12 [in Russian].

20 ГАКО [State Archives of the Karaganda Region]. – F.1p. – Op.67. – D.134. – L. 1-142 [in Russian].

Транслитерацию нужно сделать через сайт <https://translit.net/ru/mvd/>



Редколлегия вправе отклонить рассмотрение материала к публикации, если он не оформлен согласно требованиям журнала к авторам.