

**Оформление раздела «Литература» для расширенной аннотации на английском языке**

1. Литература для расширенной аннотации на английском языке должен быть оформлен по международным библиографическим стандартом АРА (<http://www.bibme.org/citation-guide/APA/book>).

2. Если научная работа написана на языке, который использует кириллический алфавит, то ее библиографическое описание необходимо транслитерировать латинскими буквами.

3. После названия труда латинскими буквами указывается перевод на английском языке в скобках.

**Правила оформления раздела «Литература»**

**Книги**

**Автор. (Год публикации). Название книги транслитерированное [Название книги на английском языке]. Город: Издательство.**

Литература	References
<b>Один автор</b>	
Ильяшенко С.Н. Маркетинг в примерах и задачах: учеб. пос. / С.Н. Ильяшенко. – Сумы: СумГУ, 2006. – 108с.	Iliashenko, S.N. (2006). <i>Marketinh v primerakh i zadachakh [Marketing in examples and problems]</i> . Sumy: SumSU [in Russian].
<b>Два автора</b>	
Мельник Л.Г. Экономика предприятия: конспект лекций: учеб. пос. / Л.Г. Мельник, А.И. Карицева. – Суми: Университетская книга, 2002. – 400с.	Melnik, L.H., & Karintseva, A.I. (2002). <i>Ekonomika predpriatiia [Economics of enterprise]</i> Sumi: Universitetskaia kniha [in Russian].
<b>От трех до шести автора</b>	
Мельник Л.Г. Экономика информации и информационные системы предприятия: учеб. пос. / Л.Г. Мельник, С.Н. Ильяшенко, В.А. Касьяненко. – Суми : Университетская книга, 2004. – 400с.	Melnik, L.H., Iliashenko, S.N. & Kasianenko, V.A. (2004). <i>Ekonomika informatsii I informatsionnye sistemy predpriatiia[Economics of information and information systems of enterprise]</i> . Sumi: Universitetskaia kniha[in Russia].
<b>Если больше шести авторов, седьмой последующие авторы обозначаются «etal.»</b>	
<b>Коллективный автор</b>	
American Psychological Association. (1972). <i>Ethical standards of psychologists</i> . Washington, DC: American Psychological Association.	
<b>Многотомное издание</b>	
Казахстан 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. Булеев. – Уральск: Запад, 2011. – 372с.	Amosha, A.I., Buleev, I.P., Dubnitskii, V.I. et al. (2011). <i>Kazakhstan i ee rehiony na puti k innovatsionnomu obshchestvu[Kazakhstan and its regions on a way to innovative society]</i> . V.I. Dubnitskii, I.P. Buleeva (Ed.). (Vols. 1-4). Uralsk: Zapad[in Russia].
<b>Часть книги</b>	
Ильяшенко С.Н. Интеллектуальный капитал и корпоративная культура в инновационном обществе: аспекты на уровне региона / С.Н. Ильяшенко, Ю.С. Шипулина // Казахстан и ее регионы на пути к инновационному обществу: монография : [в 4 т.] Т. 1. / [А.И. Амоша, И.П. Булеев, В.И. Дубницкий и др.]; под. общ. ред. В.И. Дубницкого и И.П. Булеева; НАН Казахстана. Ин-т экономики промышленности; Уральский экономико-гуманитарный институт; Академия экономических наук Казахстана. – Уральск: Запад, 2011. – С. 454-463.	Iliashenko, S.N., & Shipullina, Yu.S. (2011). <i>Intellektualnyi capital i korporativnaia kultura v innovatsionnom obshchestve: aspekty na urovne rehiona [The intellectual capital and corporate culture in innovative society: aspects at the level of the region]</i> . <i>Kazakhstan i ee rehiony na puti k innovatsionnomu obshchestvu – Kazakhstan and its regions on a way to innovative society</i> . V.I. Dubnitskii, I.P.Buleev (Ed.); NAN Kazakhstana. In-t ekonomiki promyshlennosti; Uralskii ekonomiko-humanitarnyi institut; Akademiia ekonomicheskikh nauk Kazakhstana. (Vols. 1-4; Vol. 1).Uralsk: Zapad[in Russia].

Редакторы (без авторы)	
Маркетинг: стратегии, с которыми побеждают / под ред. А. Мальцевой. – Уральск: ИД «Максимум», 2006. – 314 с.	Maltseva, A. (Eds.). (2006). <i>Marketinh: stratehii, s kotorymi pobezhdaiut</i> [Marketing: strategies, which win]. Uralsk: ID «Maksimum» [in Russian].
Автор и переводчик	
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.	Halligan, B., & Shah, Dh. (2010). <i>Marketinh v Internetе: kak privlech klientov s pomoshchiu Google, socialnyh setei i blohov</i> [Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs]. (N. Konevskaia, Trans). Moscow: Dialektika [in Russian].
Редактор и автор	
Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; под ред. Л.И. Евенко; пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 563 с.	Ansoff, I. (1989). <i>Stratehicheskoe upravlenie</i> [Strategic management]. L.I. Evenko (Ed.). Moscow: Ekonomika [in Russian].
Без автора	
<i>Merriam-Webster's collegiate dictionary</i> (10th ed.). (1993). Springfield, MA: Merriam-Webster.	
Для всех изданий, кроме первого	
Телетов А.С. Основы маркетинга: учеб. пос. / А.С. Телетов. – 3-е изд. – Сумы: ВВП «Марія», 2006. – 136 с.	Teletov, A.S. (2006). <i>Osnovy marketinha</i> [Basics of marketing]. (3d ed.). Sumy: VVP «Mriia» [in Russian].
Если работы одного и того же года, того же автора	
McLuhan, M. (1970a). <i>Culture is our business</i> . New York, NY: McGraw-Hill.	
McLuhan, M. (1970b). <i>From cliché to archetype</i> . New York, NY: Viking Press.	

### Периодические издания (журналы, сборники научных трудов, материалы конференций)

**Автор. (Дата публикации). Название статьи транслитерированное [Название статьи на английском языке]. Название периодического издания транслитерированное – Название периодического издания на английском языке, Том (Выпуск), Страница (ы).**

Литература	References
Один автор	
Ильяшенко С.Н. Применение методов и инструментов маркетинга в управлении знаниями / С.Н. Ильяшенко // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2013. – № 2. – С. 13-23.	Iliashenko, S.N. (2013). <i>Primenenie metodov I istrmentov marketinha v upravlenii znaniiami</i> [Application of methods and instruments of marketing in management of knowledge]. <i>Marketinh i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations</i> , 2, 13-23 [in Russian].
Два автора	
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.	Oliferenko, O.M., & Karpishchenko, M.Yu. (2011). <i>Problemy teorii I praktiki brendinha territorii na primere kontseptsii formirovaniia Brenda Sumskoi oblasti</i> [Problems of theory and practice of territories branding on the example of the concept of formation of a brand of Sumy region]. <i>Marketinh i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations</i> , Vol. 2, 4, 30-40 [in Russian].
Три автора	
Прокопенко О.В. Роль рейтинга в образовательном процессе вуза / О.В. Прокопенко, А.М. Карминский, А.В. Клименко // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2011. – Т. 2, № 4. – С. 141-146.	Prokopenko, O.V., Karminskii, A.M., & Klimenko, A.V. (2011). <i>Rol reitinha v obrazovatelnom protsesse vuza</i> [Rating role in educational processes of higher education institution]. <i>Marketing i menedzhment innovatsii. – Marketing and Management of Innovations</i> , 2, 4, 141-146 [in Russia].
Если больше шести авторов, седьмойи последующие авторы обозначаются «etal.»	
Материалы конференции	
Сигида Л.А. Исследование особенностей маркетинговых каналов продвижения	Sihida, L.A. (2012). <i>Issledovanie osobennostei marketinhovykh kanalov prodvizheniia</i>

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.	innovatsionnoi produktsii kak osnovy effektivnoho 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].Preceedings from The theory and practice of transformational processes in economy of regions, branches and enterprises '12: <i>II Mezhdunarodnaia nauchno-prakticheskaia (29 iunია 2012 hoda) – 2nd International Scientific and Practical Conference.</i> (pp. 139-145). Kursk: Delovaia polihrafiia [in Russia].
--	--

## Электронный ресурс

**Автор. (Дата публикации). Название материала транслитерированное [Название материала на английском языке]. Источник – Источник на английском языке.**

**Retrieved from адрес сайта.**

Литература	References
<b>Один автор</b>	
Ильяшенко С.Н. Анализ проблем восприятия абитуриентами специальности «маркетинг» (на примере Сумской области) [Электронный ресурс] / С.Н. Ильяшенко, М.Ю. Каприщенко // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2011. – Т. 3, № 1. – С. 21-27. – Режим доступа: <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_1_27.pdf">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_1_27.pdf</a> .	Iliashenko, S.N., & Karpishchenko, M.Yu. (2011). Analiz problem vospriiatiia abiturientami spetsialnosti «marketingh» (na primere Sumskoi oblasti) [Analysis of problems of entrants' perception the speciality «Marketing» (on the example of Sumy region)]. <i>Marketinh i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations, Vol. 3, 1, 21-27.</i> Retrieved from <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_1_27.pdf">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2011_3_2_1_27.pdf</a> [in Russian].
<b>Книга</b>	
Ильяшенко С.Н. Маркетинг в примерах и задачах: учеб. пос. [Электронный ресурс] / С.Н. Ильяшенко. – Сумы : СумГУ, 2006. – 108 с. – Режим доступа: <a href="ftp://lib.sumdu.edu.ua/rio/2006/k425253.doc">ftp://lib.sumdu.edu.ua/rio/2006/k425253.doc</a> .	Iliashenko, S.N. (2006). <i>Marketinh v primere i zadachakh</i> [Marketing in examples and tasks]. Sumy: SumSU. <a href="http://lib.sumdu.edu.ua">lib.sumdu.edu.ua</a> Retrieved from <a href="ftp://lib.sumdu.edu.ua/rio/2006/k425253.doc">ftp://lib.sumdu.edu.ua/rio/2006/k425253.doc</a> [in Russia].
<b>Без автора</b>	
<b>Не указана дата публикации</b>	
Федеральный закон «О рекламе». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://base.garant.ru/12145525/">http://base.garant.ru/12145525/</a> .	Federalnyi zakon «O reklame» [Federal Low «On Advertising»]. (n.d.). – <i>base.garant.ru</i> . Retrieved from <a href="http://base.garant.ru/12145525/">http://base.garant.ru/12145525/</a> [in Russian].
<b>Сайт</b>	
Сайт журнала «Маркетинг и менеджмент инноваций» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru</a>	Sait zhurnalu «Marketynh i menedzhment innovatsii» [Site of journal «Marketing and Management»]. <i>mmi.fem.sumdu.edu.ua</i> . Retrieved from <a href="http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru">http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru</a> [in Russia].

## Законодательные нормативные документы. Стандарты

Литература	References
<b>Законодательные нормативные документы</b>	
Молодежь в России. 2010: стат. сб. / ЮНИСЕФ, Росстат. – Офиц. изд. – М.: ИИЦ «Статистика России», 2010. – 166 с.	Molodezh v Rossii, 2010: stat. sb. [Youth in Russia. 2010: Statistical Yearbook]. (2010). <i>YuNISEF, Rosstat</i> . Moscow: IITs «Statistika Rossii» [in Russian].
Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию от 29.06.2010 «О бюджетной политике в	Biudzhethnoe poslanie Prezidenta RF Federalnomu sobraniuu ot 29.06.2010. «O biudzhethnoi politike v

2011-2013 годах» // Пенсия. – № 7. – 2010. – июль.	2011-2013 hodakh» [The budgetary message of the President of the Russian Federation to Federal Assembly of 29.06.2010 «About the budgetary policy in 2011-2013»]. (2010, July). <i>Pensiia – Pension</i> , 7 [in Russian].
Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2011г. № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» // Российская газета. – № 5537. – 2011. – 26 июля.	Federalnyi zakon Rossiskoi Federatsii ot 21 iulia 2011h. № 254-FZ «O vnesenii izmenenii v Federalnyi zakon «O nauke i gosudarstvennoi nauchno-tekhnicheskoi politike» [The federal law of the Russian Federation of July 21, 2011 N 254-FZ «About modification of the Federal law «On science and the state scientific and technical policy»]. (2011, 26 July). <i>Rossiskaia hazeta – Russian Newspaper</i> , 5537 [in Russian].
<b>Стандарты</b>	
Система менеджмента и качества. Основные положения и словарь: ГОСТ Р ISO 9000-2008. – [Введен в действие от 2008-12-18]. – М.: Стандартиформ Российской Федерации, 2008. – 70 с. – (Национальный стандарт Российской Федерации).	Sistemy menedzhmenta kachestva. Osnovnye polozheniia i slovar [Quality management system. Fundamentals and vocabulary]. (2008). <i>HOST R ISO 9000-2008 from 18<sup>th</sup> December 2008</i> . Moscow: Standartinform Rossiskoi Federatsii [in Russian].

### Авторефераты диссертаций и диссертации

Литература	References
<b>Автореферат на соискание ученой степени кандидата наук</b>	
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. – 25 с.	Popova, I.V. (2007). Pozitsionirovanie munitsipalnogo obrazovaniia na osnove otsenki eho privlekatelnosti: na primere h. Vladivostoka [Municipality positioning on the basis of an assessment of its appeal: on the example of Vladivostok]. <i>Extended abstract of candidate's thesis</i> . Vladivostok [in Russian].
<b>Автореферат на соискание ученой степени доктора наук</b>	
Сачук Т.В. Территориальный маркетинг как фактор регионального управления (на примере Республики Карелия): автореф. дис. на соискание уч. степени д-ра экон. наук: 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (региональная экономика)» / Т.В. Сачук. – СПб., 2006. – 25 с.	Sachuk, T.V. (2006). Territorialnyi marketinh kak faktor rehionalnogo upravleniia (na primere Respubliki Kareliia) [Territorial marketing as a factor of regional government (on the example of the Republic of Karelia)]. <i>Extended abstract of Doctor's thesis</i> . Saint Petersburg [in Russian].
<b>Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук</b>	
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. – Владивосток, 2007. – 200 с.	Popova, I.V. (2007). Pozitsionirovanie munitsipalnogo obrazovaniia na osnove otsenki eho privlekatelnosti: na primere h. Vladivostoka [Municipality positioning on the basis of an assessment of its appeal: on the example of Vladivostok]. <i>Candidate's thesis</i> . Vladivostok [in Russian].
<b>Диссертация на соискание ученой степени доктора наук</b>	
Сачук Т.В. Территориальный маркетинг как фактор регионального управления (на примере Республики Карелия): дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / Сачук Татьяна Викторовна. – СПб., 2006. – 357 с.	Sachuk, T.V. (2006). Territorialnyi marketinh kak faktor rehionalnogo upravleniia (na primere Respubliki Kareliia) [Territorial marketing as a factor of regional government (on the example of the Republic of Karelia)]. <i>Doctor's thesis</i> . Saint Petersburg [in Russian].