

КНИГИ

Особливості оформлення: 1. Необхідно транслітерувати прізвища та ініціали всіх авторів, відокремлювати їх один від одного комою і пробілом; ініціали знаками пунктуації не розділяються, рік видання у дужках. 2. Назва книги: наводиться транслітерація назви книг, ставиться пробіл, після цього зазначається переклад назви книги англійською мовою у квадратних дужках. Якщо книга видана англійською мовою, назва її в квадратні дужки не береться. Назва книги записується курсивом. Ставляться крапка та пробіл. 3. Номер видання (у форматі 1st, 2nd, 3rd, 4th тощо), додаткова інформація про видання: виправлене (rev.), доповнене (enl.), стереотипне (gerg.). Зверніть увагу – перше видання вказується тільки в тому випадку, якщо достовірно відомо про подальші перевидання і Ви цитуєте саме перше видання. 4. Якщо це транслітерована назва видавництва, то біля неї записують слово Publ., наприклад: Nauka Publ.

Один автор

Сариогло В. Г. Проблеми статистичного зважування вибіркових даних : Монографія. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2005. – 264 с.	Sarioglo, V. (2005). <i>Problemy statystychnoho zvazhuvannya vybirkovykh danykh</i> [Sample data statistical weighting issues]. Kyiv [in Ukrainian].
--	--

Два автори

Мельник Л.Г. Экономика предприятия : конспект лекций: учеб. пос. / Л.Г. Мельник, А.И. Каринцева. – Суми : Университетская книга, 2002. – 400 с.	Melnik, L.H., & Karintseva, A.I. (2002). <i>Ekonomika predpriiatiia</i> [Economics of enterprise]. Sumi: Universitetskaia kniha [in Russian].
---	---

Від трьох до шести авторів

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.	Melnik, L.H., Iiashenko, S.N., & Kasianenko, V.A. (2004). <i>Ekonomika informatsii i informatsionnye sistemy predpriiatiia</i> [Economics of information and information systems of enterprise]. Sumy: Universitetskaia kniha [in Russian].
---	---

Якщо більше шести авторів, сьомий та наступні автори позначаються «et al.»

Багатомне видання

Сільський сектор України на рубежі тисячоліть : У 2 т. Т. 2. Соціальні ресурси сільських територій / Л.О. Шепотько, І.В. Прокопа, С.О. Гудзинський, В.Д. Яровий; НАН України. Ін-т економіки. – К., 2003. – 467 с.	Shepot'ko, L.O., Prokopa, I.V., Hudzyns'kyj, S.O., & Yarovyj, V.D. (2003). <i>Sil'skyi sektor Ukrainy na rubezhi tysiacholit</i> [Rural sector Ukraine the Millennium]. <i>Sotsial'ni resursy sil's'kykh terytorij</i> [Social resources of rural areas]. NAN Ukraine. In-t ekonomiki. (Vols. 1-2; Vol. 1). Kyiv [in Ukraine].
--	--

Частина книги

Ильяшенко С.Н. Интеллектуальный капитал и корпоративная культура в инновационном обществе: аспекты на уровне региона / С.Н. Ильяшенко, Ю.С. Шипулина // Украина 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 Украины. Ин-т экономики промышленности; Донецкий экономико-гуманитарный институт; Академия экономических наук Украины. – Донецк: Юго-Восток, 2011. – С. 454-463.	Iiashenko, S.N., & Shipulina, Yu.S. (2011). <i>Intellektual'nyy kapital i korporativnaya kul'tura v innovatsionnom obshchestve: aspekty na urovne regiona</i> [The intellectual capital and corporate culture in innovative society: aspects at the level of the region. Ukraine and its regions on a way to innovative society]. V.I. Dubnitskii, I.P. Buleev (Ed.); NAN Ukraine. In-t ekonomiki promyshlennosti; Donetskii ekonomiko-humanitarnyi institut; Akademiia ekonomicheskikh nauk Ukrainy. (Vols. 1-4; Vol. 1). Donetsk: Yuho-Vostok.
---	--

Редактори (без автора)	
Маркетинг: стратегии, с которыми побеждают /под ред. А. Мальцевой. – К. : ИД «Максимум», 2006. – 314 с.	Maltseva, A. (Eds.). (2006). <i>Marketing: strategii, s kotorymi pobezhdayut</i> [Marketing: strategies, which win]. Kyiv: ID «Maksimum».
Автор та перекладач	
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>Marketing v Internete: kak privlech' klientov s pomoshch'yu Google, sotsial'nykh setey i blogov</i> Inbound [Marketing: Get Found Using Google, Social Media, and Blogs]. (N. Konevskaia, Trans). Moscow: Dialektika.
Редактор та автор	
Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; под ред. Л.И. Евенко ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1989. – 563 с.	Ansoff, I. (1989). <i>Strategicheskoe upravlenie</i> [Strategic management]. L.I. Evenko (Ed.). Moscow: Ekonomika.
Для всіх видань, окрім першого	
Телетов А. С. Основы маркетинга: учеб. пос. /А. С. Телетов. – 3-е изд. – Сумы: ВВП «Мрія», 2006. –136 с.	Teletov, A.S. (2006). <i>Osnovy marketinga</i> [Basics of marketing]. (3d ed.). Sumy: VVP «Mriia».
Якщо роботи одного і того ж року, того ж 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.	
ПЕРІОДИЧНІ ВИДАННЯ (ЖУРНАЛИ, ЗБІРНИКИ НАУКОВИХ ПРАЦЬ, МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЙ)	
ЖУРНАЛИ, ЗБІРНИКИ НАУКОВИХ ПРАЦЬ	
<i>Особливості оформлення:</i> 1. Необхідно транслітерувати прізвища та ініціали всіх авторів, відокремлювати їх один від одного комою і пробілом; ініціали знаками пунктуації не розділяються. Повні імена авторів не наводяться. Після переліку авторів ставиться крапка і пробіл, рік видання у дужках. 2. Наводиться назва статті транслітерацією, потім англійською мовою у квадратних дужках. Після назви статті ставиться крапка і пробіл. Якщо мова статті англійська, то назва у квадратні дужки не береться. 3. Назва періодичного видання наводиться транслітерацією, через тире – англійською мовою та записується курсивом. Допускається наводити зареєстроване скорочення назви періодичного видання. Після назви видання ставиться крапка і пробіл. 4. Інформація про видання: курсивом наводиться номер тому, в круглих дужках вказується номер журналу, після коми приводиться діапазон сторінок. 5. В кінці сформованого посилання вказується мова оригіналу.	
Один автор	
Медвідь В. Ю. Стратегія територіального економічного розвитку: теоретичний аспект / В. Ю. Медвідь // Економіка розвитку. – 2013. – № 1 (65). – С. 48–51.	Medvid V.Yu. (2013). <i>Stratehiia terytorialnoho ekonomichnoho rozvytku: teoretychnyi aspekt</i> [The Strategy of Regional Economic Development: Theoretical Aspect] <i>Ekonomika rozvytku – Economy of development</i> , 1 (65), 48–51 [in Ukraine].
Два автори	
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.	Olefirenko, O.M., Karpishchenko, M.Yu. (2011). <i>Problemy teorii i praktiki brendinha territorii na primere kontseptsii formirovaniia brenda Sumskoi oblasti</i> [Problems of the theory and practice of territories branding on the example of the concept of formation of a brand of Sumy region]. <i>Marketing i menedzhment innovatsii – Marketing and Management of Innovations</i> , Vol. 2, 4, 30-40 [in Russian].
Три автори	
Прокопенко О.В. Роль рейтинга в образовательном процессе вуза / О.В.	Prokopenko, O.V., Karminskii, A.M., Klimenko, A.V. (2011). <i>Rol reitinha v</i>

<p>Прокопенко, А.М. Карминский, А.В. Клименко // Маркетинг и менеджмент инноваций. – 2011. – Т. 2, № 4. – С. 141-146.</p>	<p>obrazovatelnom protsesse vuza [Rating role in educational process of higher education institution]. <i>Marketinh i menedzhment innovatsii. – Marketing and Management of Innovations, 2, 4, 141-146 [in Russian].</i></p>
<p>Якщо більше шести авторів, сьомий і наступні автори позначаються «et al.»</p>	
<p>МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ</p>	
<p><i>Особливості оформлення:</i> 1. Необхідно транслітерувати прізвища та ініціали всіх авторів, відокремлювати їх один від одного комою і пробілом; ініціали знаками пунктуації не розділяються, рік видання у дужках. 2. Наводиться назва статті транслітерацією, потім англійською мовою у квадратних дужках. Для матеріалів англійською мовою назва вказується без квадратних дужок. 3. Записується курсивом транслітерована назва конференції. Після транслітерованої назви ставиться тире. Записуються назви конференції англійською мовою. 4. Діапазон сторінок у дужках. Після його зазначення ставиться крапка, місце проведення конференції, транслітерована назва видавництва. Видавництво – зазначається місто видання і назва видавництва транслітерацією латиницею або англійською назвою. 5. В кінці сформованого посилання вказується мова оригіналу.</p>	
<p>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.</p>	<p>Sihida, L.A. (2012). Issledovanie osobennostei marketinhovykh kanalov prodvizheniia innovatsionnoi produktsii kak osnovy effektivnoho funktsionirovaniia predpriatii v usloviiah 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: <i>II Mezhdunarodnaia nauchno-prakticheskaiia konferentsiia (29 iunia 2012 hoda) – 2nd International Scientific and Practical Conference.</i> (pp. 139-145). Kursk: Delovaia polihrafiia [in Russian].</p>
<p>ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ</p>	
<p><i>Особливості оформлення:</i> 1. Необхідно транслітерувати прізвища та ініціали всіх авторів, відокремлювати їх один від одного комою і пробілом; ініціали знаками пунктуації не розділяються. Після переліку авторів ставиться крапка і пробіл. В скобках вказується рік видання. 2. Наводиться назва статті транслітерацією, потім англійською мовою у квадратних дужках. Якщо мова статті англійська, то назва у квадратні дужки не береться. Після назви статті ставиться крапка і пробіл. 3. Назва періодичного видання наводиться англійською мовою або транслітерацією символами латинського алфавіту та записується курсивом. Допускається наводити зареєстроване скорочення назви періодичного видання. Після назви видання ставиться крапка і пробіл. 4. Інформація про видання: наводиться номер тому, в круглих дужках вказується номер журналу. Після інформації про видання ставиться крапка і пробіл. 5. Записується сполучна фраза – «режим доступу» (для україномовних джерел); «режим доступа» (для російськомовних джерел); «retrieved from» (для англійськомовного джерела). Після неї ставиться двокрапка та пробіл й записується адреса сайту. 6. В кінці сформованого посилання вказується мова оригіналу.</p>	
<p>Періодичне видання</p>	
<p>Мельниченко О.А. Мінімальна заробітна плата як засіб державного регулювання трудових доходів населення / О.А. Мельниченко, Р.М. Гулій // Публічне адміністрування: теорія та практика. – 2013. – Вип. 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2013_1_7.</p>	<p>Melnuchenko, O. A., Hulii, R. M. (2013). Minimalna zarobitna plata yak zasib derzhavnogo rehuliuвання trudovykh dokhodiv naseleння [Minimum wage as way of state regulation of the labor income of the population]. <i>Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka – Public Administration:</i></p>

	<i>Theory and Practice, 1.</i> Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2013_1_7 [in Ukrainian].
Книга	
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 .	Iliashenko, S.N. (2006). <i>Marketing v primerakh i zadachakh</i> [Marketing in examples and tasks]. Sumy: SumSU. lib.sumdu.edu.ua . Retrieved from: ftp://lib.sumdu.edu.ua/rio/2006/k425253.doc [in Russian].
Без автора Не вказана дата публікації	
Rural Development in the European Union Statistical and Economic Information (2013). European Commission Directorate-General for Agriculture and Rural Development. Retrieved from http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/rural-development/2013/full-text_en.pdf [in English].	
Сайт	
Сайт журнала «Маркетинг и менеджмент инноваций» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru .	Sait zhurnalu «Marketing i menedzhment innovatsii» [Site of journal «Marketing and Management of Innovation»]. mmi.fem.sumdu.edu.ua . Retrieved from http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/ru [in Russian].
Автореферати дисертацій і дисертації	
Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата наук	
Ковальова Є.О. Особливості розвитку уявлень про батьківство у юнаків: автореф. дис. ... канд. психол. наук / Ковальова Є.О. – К. : Ін-т психології ім. Г.С. Костюка, 2014. – 20 с.	Kovalova, Ye.O. (2014). <i>Osoblyvosti rozvytku uyavlen pro batkivstvo u yunakiv</i> [Features of development ideas about parenting youths]. <i>Extended abstract of candidate's thesis</i> . Kyiv: Kostiuk Institute of Psychology [in Ukrainian].
Автореферат на здобуття наукового ступеня доктора наук	
Сардак С.Е. Глобальна регуляторна система розвитку людських ресурсів : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / С.Е. Сардак. – Київ, 2014. – 36 с.	Sardak, S.E. (2014). <i>Hlobal'na rehulyatorna sistema rozvytku lyuds'kykh resursiv</i> [Global regulatory system for human resources development]. <i>Extended abstract of Doctor's thesis</i> . Kyiv [in Ukrainian].
Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата наук	
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.	Popova, I.V. (2007). <i>Pozitsionirovanie munitsipalnogo obrazovaniia na osnove otsenki eho privlekatelnosti: na primere h. Vladivostoka</i> [Municipality positioning on the basis of an assessment of its appeal: on the example of Vladivostok]. Candidate's thesis. Vladivostok [in Russian].
Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора наук	
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). <i>Territorialnyi marketing kak faktor rehionalnogo upravleniia (na primere Respubliki Kareliia)</i> [Territorial marketing as a factor of regional government (on the example of the Republic of Karelia)]. Doctor's thesis. Saint Petersburg [in Russian].
Законодавчі і нормативні документи. Стандарти	
Законодавчі і нормативні документи	
Конституція (Основний закон) України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80	Konstytucija (Osnovnyj zakon) Ukrainy [Constitution (The Main Law) of Ukraine]. (n.d.) zakon1.rada.gov.ua . Retrieved from: http://zakon1.rada.gov.ua .

	rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D- 1%80 [in Ukrainian].
Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс] : Указ Президента України № 5 від 12.01.2015. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015	Ukaz Prezydenta Ukrainy № 5 vid 12.01.2015 «Pro Stratehiiu staloho rozvytku «Ukraina – 2020» [Decree of the President of Ukraine of 12.01.2015 № 5 «About strategy for sustainable development «Ukraine – 2020»]. (2015, 12 January). <i>zakon.rada.gov.ua</i> Retrieved from http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015 [in Ukrainian].
Стандарти	
<i>Особливості оформлення:</i> 1. Назва ГОСТа: наводиться транслітерація назви курсивом, після неї переклад назви англійською мовою у квадратних дужках. Після назви стандарту, ставиться крапка і пробіл. 2. Записуються вихідні дані.	
ГОСТ 8.586.5–2005. Методика выполнения измерений. Измерение расхода и количества жидкостей и газов с помощью стандартных сужающих устройств. Москва. Дата введения 2007-01-01.	GOST 8.586.5–2005. Metodika vypolneniia izmerenii. Izmerenie rashhoda i kolichestva zhidkosti i gazov s pomoshchiu standartnykh suzhaiushchikh ustroistv [State Standard 8.586.5–2005. Method of measurement. Measurement of flow rate and volume of liquids and gases by means of orifice devices]. Moscow, Standartinform Publ., 2007. 10 p.
Патенти	
<i>Особливості оформлення:</i> 1. Необхідно транслітерувати прізвища та ініціали всіх авторів, відокремлювати їх один від одного комою і пробілом; ініціали знаками пунктуації не розділяються. Після переліку авторів ставиться кома і зазначається inventor/inventors. В скобках вказується рік реєстрації. Після цього ставиться крапка і пробіл. 2. Якщо після переліку винахідника необхідно вказати правовласника, то між ними ставиться крапка з комою. Правовласник – вказується ім'я (правила аналогічні таким для винахідника) або назва організації, потім після коми вказується assignee. Потім ставиться крапка і пробіл. 3. Назва патенту: наводиться транслітерація назви курсивом, після неї переклад назви англійською мовою у квадратних дужках. Якщо патент видано англійською мовою, його назва в квадратні дужки не береться. Після назви винаходу, ставиться крапка і пробіл. 4. Вказується країна реєстрації, а також тип документу (патент) і номер патенту (сполучне слово «по.»). Назва країна, тип документу та дата публікації інформації про видачу патенту розділяються комою та пробілами. Після зазначення усієї необхідної інформації ставиться крапка.	
Журавчак А.З., Пасечников С. П., Д'ячук М. Д., винахідники. Методи збору матеріалу з аорти. Український патент, № 74938, 2012.	Zhuravchak AZ, Pasechnikov SP, Diachuk MD, inventors (2012). Metody zbory materialu iz prostaty [Method for sampling specimen from prostate]. Ukrainian patent, no.74938.
Pagedas AC, inventor; Ancel Surgical R&D Inc., assignee. Flexible endoscopic grasping and cutting device and positioning tool assembly. United States patent US 20020103498. 2002 Aug 1.	