



Список основных научных работ сотрудников Института маркетинга

Монографии.

1. «Рынок нано: от нанотехнологий - к нанопродуктам»/ Г.Л.Азоев и др.; под редакцией д.э.н., проф. Азоева Г.Л.- М.: Изд-во БИНОМ. Лаборатория знаний, 2011, 319 с.: ил.+1 электрон. опт. диск (CD-ROM) - (Нанотехнологии)
2. Азоев Г. Л., Поршнева А.Г. Управление организацией. Инфра-М, 1998
3. Азоев Г.Л., Поршнева А.Г.Справочник директора. 5 изд. Инфра-М, 2001-2007.
4. Азоев Г.Л., Поршнева А.Г.Управление организацией. 5 изд. Инфра-М, 2001-2008.
5. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. М.: Экмос, 2006, 2004, 2003 - 480 с.
6. Алешина И.В. Поведение потребителей. М.: Экономистъ, 2006. – 525 с.
7. Алешина И.В. Маркетинг для менеджеров. М.: Фаир-Пресс, 2003. - 456 с.
8. Алешина И.В. Поведение потребителей. М.: Фаир-Пресс, 1999, 2000. - 384 с.
9. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. М.: Гном-Пресс, 1997. - 256 с.
10. Антонов В.Г. ,Кошкина М.В. Масленников В.В. Толкачева Е.В. Экономический механизм интеграции стратегического и оперативного управления компанией на основе модели факторов стоимости. Монография. М. ГУУ, 2010.
11. Буренина Т.А., Маркетинг на базе интернет-технологий. М.: Благовест, 2005, стр. 152 .
12. Ковалев А.И. Анализ финансового состояния предприятия (6-е изд) М.: ЦЭиМ, 2004
13. Ковалёв А. И. (в соавт.) Анализ финансового состояния предприятия. ЦЭиМ, 1999
14. Ковалев А.И. (в соавт). Анализ финансового состояния предприятия. Монография. ЦЭиМ, 2000, 4-е изд, 2000.
15. Ковалев А.И. (в соавт). Маркетинговый анализ. Монография. ЦЭиМ, 2000, 2-е изд.
16. Ковалев А.И. Маркетинговые технологии в промышленности / Маркетинг. Спец. вып. №42. Монография. М.: Центр маркетинговых исследований, 2008.
17. Ковалев А.И. Маркетинговые технологии в промышленности: Монография/Спецвыпуск №22 ж.Маркетинг. М.:ЦМИиМ, 2003.
18. Ковалев А.И. Междифирменный(промышленный) маркетинг. Монография. Изд-во «Благовест-В», 2008
19. Ковалев А.И., Стрижов С.Г. (в соавт). Товар и его экспертиза. Монография. ЦЭиМ, 1999
20. Ковалев А.И.Анализ финансового состояния предприятия Изд. 5, доп. и перераб.Монография. ЦЭиМ, 2001
21. Ковалев А.И. Помышленный маркетинг. Части 1 и 2.ЦЭиМ, 2002.
22. Леонов А.И. Интеграционный маркетинг. Монография. Москва, Изд-во «Глобус», 2004
23. Лялин А.М. Антонов В.Г. Масленников В.В. Серебрякова Г.В. Стратегия развития университета – ответ на вызовы времени. Монография. М. ГУУ
24. Михайлова Е.А. Бэнчмаркинг. Монография. М.: Благовест, 2003.
25. Михайлова Е.А. Дифференцированный маркетинг в ритейловом бизнесе (монография).



- Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2007
26. Михайлова Е.А. Технологии бенчмаркинга// Маркетинг, спецвыпуск. Монография. М.: ЦМИиМ, 2004
 27. Михайлова Е.А. Кейс-технологии. Монография. М.: ЦМИиМ, 2001
 28. Поршнев А.Г. Азоев Г.Л. Управление организацией. Инфра-М, 1999
 29. Прозоровский С.А. Международный маркетинг//Маркетинг. Спец.вып.№ 2(24). Монография. М.: ЦМИиМ, 2004
 30. Рыжикова Т.Н. Управление маркетингом на предприятиях. Монография. М.: Изд-во Радио и Связь,-2001.
 31. Семенов И.В. Маркетинговые стратегии развития организации. Монография. М.: ЦМИиМ, 2005, стр. 128.
 32. Токарев Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации. Научно-практическое пособие. М.: Юристъ, 2001, 256 с.
 33. Токарев Б.Е. Практика маркетинговых исследований в России. - М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2001. - 112 с.
 34. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования рыночных ниш. – М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2011. – 112 с.
 35. Харчилава Х.П. Корпоративное управление в компаниях с государственным участием. Монография. М.; МГУ
 36. Челенков А.П. Маркетинг услуг. Монография. М.: ЦМИиМ, 2000
 37. Челенков А.П. Маркетинг услуг.// Маркетинг. Спец. вып. №25. Монография, 3-е изд., испр. и доп. Маркетинг, М.: ЦМИиМ.,2005
 38. Шкардун В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования. М.: Дело, 2008.

Учебники и учебные пособия.

1. Азоев Г.Л., Поршнев А.Г. (в соавт). Справочник директора предприятия. Учеб. пос. Инфра-М, 2000.
2. Азоев Г.Л. (в соавт). Маркетинг: словарь-справочник. Учеб. пос. Инфра-М, 1998
3. Азоев Г.Л. и др. (коллектив авторов - 13 чел.). Рабочая тетрадь к учебнику «Управление организацией». Раздел 3. Маркетинг в управлении организацией. Учеб. пос. Инфра-М, 2000
4. Азоев Г.Л., Михайлова Е.А. Маркетинговые исследования. Учеб. пос. ГУ У, 2001
5. Азоев Г.Л., Михайлова Е.А. Методические указания к курсовому проектированию. Маркетинговые исследования. Учеб. пос. ГУУ, 2002
6. Азоев Г.Л., Поршнев А.Г. (в соавт). Справочник директора предприятия. Учеб. пос. Инфра-М, 1998
7. Азоев Г.Л., Поршнев А.Г. Управление современной компанией. Учебник. Инфра-М, 2001.
8. Азоев Г.Л., Поршнев А.Г. Управление организацией Энциклопедический словарь. Учеб. пос. Инфра-М, 2001.
9. Азоев Г.Л. (в соавт). Сто российских кейсов. Учеб. пос. Инфра-М



10. Азоев Г.Л. Главы 1.1, а также 2.1, 2.2, 2.3, 3.1. (в соавт.). Электронного Учебника - пособия Маркетинг» и «Основы маркетинга»; тестовые задания и др. мат. Учебник электронный. Главы и др. М.: Кордис Медиа, 2005.
11. Азоев Г.Л. Главы 1.1, а также 2.1, 2.2, 2.3, 3.1. (в соавт.) Электронного Учебника- пособия «Маркетинг» и «Основы маркетинга», тестовые задания и др. мат. Учебник электронный. Главы и др. М.: Кордис Медиа, 2005.
12. Азоев Г.Л., Старостин В.С. Маркетинговые технологии персонализации продуктов. Учебное пособие. М.: Центр маркетинговых исследований и менеджмента 2009.
13. Азоев Г.Л., Михайлова Е.А. Маркетинговые исследования. Учеб. пос. Финстатинформ. 1999.
14. Азоев Г.Л., Поршнева А.Г. (в соавт). Маркетинг. Учеб. пос. Экономика, 2000.
15. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. Учеб. пос. Типография Новости, 2000.
16. Алешина И.В. Поведение потребителей. 2-е изд. (учебник, гриф УМО вузов России по образованию в области менеджмента). Учебник. М.: Экономистъ, 2006, - 525 с.
17. Алешина И.В. Связи с общественностью. Учеб. пос. ГУУ, 1999
18. Антонов В.Г (под общей редакцией). Корпоративное управление. Учебное пособие. Москва ИД «Форум-Инфра-М», 2010.
19. Антонов В.Г. «Теория менеджмента». Учебник. М.: Питер, 2009.
20. Береговская Т.А. Маркетинговые коммуникации. Эл. Учебн. М.: Кордис Медиа, 2005
21. Березной М.Н. Маркетинг. Учеб. пос. МАЭМ, 1998
22. Буренина Т.А. Главы 1.2, 1.3, 1.4, 3.2, 3.3 Электронного Учебника- пособия «Маркетинг» и «Основы маркетинга»; тестовые задания и др. материалы. Учебник электронный, Главы и др. М.: Кордис Медиа, 2005.
23. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология. Учебное пособие. М.: Питер, 2010, 560 с.
24. Захаренко И.К. Глава 3.1 (в соавт. с Азоевым Г.Л., Синадской Е. А.); тестовые задания и др. материалы. Учебник электронный., глава и др. М.: Кордис Медиа, 2005.
25. Захаренко И.К. Сборник тестовых и ситуационных заданий по дисциплинам "Менеджмент", "Маркетинг". Учеб. пос. МИПК учета и статистики
26. Захаренко И.К. Товароведение, экспертиза и стандартизация. Учеб. Пос. ГУУ, 2002
27. Захаренко И.К., Бутковская Г.В. Управление маркетингом. Ч. 1. Управление продуктом Учеб. пос. ГУУ, 2002.
28. Зобов А.М. Стратегический менеджмент инновационной организации. Учебное пособие. М.: ГУУ, 2006.
29. Зобов А.М. Экспериментальный компьютеризированный учебник «Основы менеджмента». Электронный учебник. М.: ГУУ, 2006.
30. Киршина М.В. (в соавт). Практикум по логистике. Учеб. пос.. Инфра-М, 1999.
31. Киршина М.В. Коммерческая логистика. Учеб. пос. ЦЭиМ, 2001.
32. Киршина М.В. Ситуационные задачи и деловые игры по дисциплине "Коммерческая логистика". Учеб. пос. ГУУ, 1998.
33. Киршина М.В. Методические указания к курсовому проекту по дисциплине "Коммерческая логистика". Учеб. пос. ГУУ, 1998.



34. Ковалев А. И. Экономика предприятия в вопросах и ответах. Учебное Пособие М.: Благовест-В, 2004.
35. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг / Маркетинг. Спец. вып. №41. М.: Центр маркетинговых исследований, 2008.
36. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг. Раздел 2 в электронном учебном пособии «Маркетинг» - ГУУ; ООО «Кордис & Медиа», 2005 – 4,0 п.л. Учебник электр, раздел и др. мат. Москва, ООО «Кордис & Медиа», 2005
37. Ковалев А.И. Промышленный маркетинг. Спецвыпуск №21, ж. Маркетинг. М.: ЦМИИМ, 2003.
38. Ковалев А.И. Экономика предприятия в вопросах и ответах. Учебное пособие, – 2-ое издание, Учебное пособие. М.: «Благовест-В», 2005.
39. Ковалёв А.И., Семенов И.В. Промышленный маркетинг. Учеб. пос. М.: ЦЭиМ, 1999.
40. Костюкова Е. А., Сысоева С.А. Российский менеджмент, кн.3. Учеб. пос М.: Инфра-М, 2001.
41. Леонов А.И, Макарова М.А. Маркетинг. Программа учебной дисциплины. Уч.-метод. пос. М.: ИЦ ГУУ, 2006.
42. Леонов А.И. Основы маркетинга. Учебное пособие. М.: Экон-Информ, 2007. – 308с.
43. Лялин А.М. (под редакцией) Антонов В.Г. Самосудов М.В. (Всего 11 авторов). Теория менеджмента. Учебник. СПб - «Питер», 2010.
44. Макарова М.А. Сборник тестовых заданий по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования». Уч.-метод. пос. М.: ИЦ ГУУ, 2006.
45. Михайлова Е.А. (в соавт.) Городские и муниципальные программы. Кейсы. Учеб. пос. ГУУ, 2000.
46. Михайлова Е.А. Аналитические технологии маркетинговых исследований. Учебное пособие. М.: ГУУ, 2004.
47. Михайлова Е.А. Главы 2.1, 2.2, 2.3 (в соавт. с Азоевым Г.Л.) Электронного Учебника- пособия «Маркетинг» и «Основы маркетинга»; тестовые задания и др. материалы .Учебник электронный, главы. М.: Кордис Медиа, 2005.
48. Михайлова Е.А. Основы бенчмаркинга. Учебное пособие. М.: ГУУ, 2004.
49. Михайлова Е.А. Ценовые стратегии в маркетинге. Учеб. пос. ГУУ, 1998.
50. Михайлова Е.А. Ценообразование. Учеб. пос. ГУУ, 2001.
51. Поршнев А. Г. Азоев Г. Л. Маркетинг. Учеб. пос. Финстатинформ, 1999.
52. Поршнев А.Г., Лапуста М., Старостин Ю.Д. и др. Предпринимательство. Учебник, Гриф УМО, М.: Инфра-М, 2007,
53. Поршнев А.Г., Азоев Г.Л. Маркетинг в управлении организацией./ Раздел 3 в учебнике «Управление организацией». Учебник. М.: Инфра-М, 2005, 716 с.
54. Поршнев А.Г., Азоев Г.Л. Маркетинг в управлении организацией. Раздел 3 в учебнике «Управление организацией». М.: Инфра-М, 2003.
55. Поршнев А.Г., Азоев Г.Л. Маркетинг в управлении организацией./ Раздел 3 в учебнике «Управление организацией». Учебник. М.: Инфра-М, 2006.
56. Поршнев А.Г., Азоев Г.Л. Маркетинг на предприятии /Справочник директора предприятия. /под ред Лапусты М.Г. Раздел в справочнике (уч.пос.) М.: Инфра-М



57. Поршнева А.Г., Азоев Г.Л. Маркетинг на предприятии /Справочник директора предприятия. /под ред Лапусты М.Г.Раздел в справочнике (уч.пос.), М.: Инфра-М.
58. Поршнева А.Г., Азоев Г.Л. Румянцева З.С., Соломатин Н.А. и др. Управление организацией, 4-е издание. Учебник Гриф Рособрнауки М.: Инфра-М, 2007.
59. Прозоровский С.А. Деловой английский. Международный маркетинг. Учебное пособие. М.:ГУУ, 2005
60. Прозоровский С.А. Международный маркетинг. Учебное пособие. М.: ООО Фирма «Благовест-В», 2005 г.
61. Прозоровский С.А. Международный маркетинг. Электронный курс. М.: Кордис Медиа, 2005.
62. Прозоровский С. А. Деловой английский для маркетологов. Учеб. пос. ГУУ, 1999
63. Прозоровский С.А. Международный маркетинг(издание 2-ое). Учебное пособие. Спец.выпуск №45 М.: Центр МИИМ., 2008.
64. Прозоровский С.А. Сборник текстов и тестов по дисциплине "Деловой английский для маркетологов" Учеб. пос. М.:ГУУ, 1999.
65. Ребик Н.Н. (в соавт с Моосмюллер Г). Маркетинговые исследования с SPSS. Учебное пособие М: Инфра-М, 2006.-159 с.
66. Романова М.В. Управление проектом. Учебное пособие. М.: Журнал «Маркетинг» Спецвыпуск №32. 2006, 128 с.
67. Самосудов М.В. «Теория менеджмента». Учебник. М.: Питер, 2009.
68. Самошкина И.В. «Деловой английский». Учебная программа для студентов заочного обучения.ВГНА 2005 год.
69. Самошкина И.В. «Деловой английский». Учебно-методическое пособие. ВГНА 2005.
70. Семенов И.В. Стратегический маркетинг. Учеб. пос. ГУУ, 1998
71. Семенов И.В., Прозоровский С.А. Анализ деловых ситуаций (кейсов) по дисциплине «Стратегический маркетинг» Учеб. пос. ГУУ, 2001
72. Семенов И.В.Стратегический маркетинг. Раздел электронного учебника-пособия «Основы маркетинга». Учебник электр, раздел. М.: "Кордис & Медиа", 2005.
73. Семенов И.В.Управление маркетингом. Ч2 . Стратегический маркетинг. Учеб. пос. ГУУ, 2002
74. Силина С.А. Раздел «Современные тенденции маркетинга» Электронное учебное пособие. М.: Кордис Медиа, 2005.
75. Сумарокова Е.В. Глава 3.4 (в соавт. с Береговской Т.А.); тестовые задания и др. материалы. Учебник электронный, глава и др. М.: Кордис Медиа, 2005.
76. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник для ВУЗов. – М.: Экономистъ, 2005. – 624 с.
77. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник для ВУЗов. – М.: Магистр, 2011 – 509 с.
78. Шкаровский С.И. Банковский маркетинг, Глава 6.раздел «Дополнительно» Электронного Учебника - пособия «Маркетинг» и «Основы маркетинга»; тестовые задания и др. материалы. Учебник электронный, глава и др. М.: Кордис Медиа, 2005.
79. Шкаровский С.И. Маркетинговые технологии: расширение банковского бизнеса. Региональный аспект. Учебное пособие. М.: Р. Валент, 2004, 112 с.
80. Шкаровский С.И. Новый итальянско-русский финансово-экономический словарь.



Учеб. пос. Валент, 2000.

81. Шкардун В.Д. Маркетинговые исследования/Методическое пособие – М.: Изд. МИРБИС, 2000.

Методические разработки (учебные программы, методические указания по курсовому проектированию.)

1. Азоев Г. Л., Алешина И. В. Методические указания к дипломному проектированию для студентов специальности «Маркетинг» М.: ГУУ, 2007.
2. Азоев Г. Л., Макарова М. А. Программа производственной (организационно – экономической) практики. М.: ГУУ, 2007.
3. Азоев Г. Л., Силина С. А., Макарова М. А. Программа преддипломной практики. М.: ГУУ, 2007.
4. Азоев Г. Л., Силина С. А., Макарова М. А. Программа учебной дисциплины «Введение в специальность» для студентов специальности «Маркетинг». М.: ГУУ, 2007.
5. Азоев Г. Л., Леонов А.И., Макарова М. А. Программа учебной дисциплины «Маркетинговые исследования» для студентов специальности «Маркетинг». Методическая разработка. М.: Издательский дом ГОУВПО «ГУУ», 2007.
6. Азоев Г.Л, Михайлова Е.А.Методические указания к курсовому проектированию по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования». Метод. Разработка, М.: ГУУ, 2005.
7. Азоев Г.Л. Михайлова Е.А.Методические указания к курсовому проектированию по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования». Метод. Разработка. М.: ГУУ, 2005.
8. Азоев Г.Л. Основы маркетинга / Программа учебного курса. М.: ГУУ, 2006.
9. Азоев Г.Л., Макарова М.А. Программа учебной дисциплины «Анализ деятельности конкурентов». Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
10. Азоев Г.Л., Макарова М.А. Сборник тестовых заданий по учебной дисциплине «Анализ деятельности конкурентов». Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
11. Алешина И.В. Поведение потребителей. Программа учебной дисциплины. М., ГУУ, 2007.
12. Алешина И.В. Программа учебной дисциплины «Маркетинг». М.: ГУУ, 2005.
13. Алешина И.В. Сборник тестовых заданий по учебной дисциплине «Поведение потребителей». Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009г
14. Ведякова И.Ю. Груздева Л.А. Программа преддипломной практики. Учебная программа. М.: ГУУ, 2010
15. Ведякова И.Ю. Груздева Л.А. Программа учебно-ознакомительной, экономической, менеджмента. Учебная программа. М.: ГУУ, 2010.
16. Груздева Л.А. Программа учебной дисциплины «Корпоративное планирование». Программа. ГУУ, 2009.
17. Груздева Л.А. Программа учебной дисциплины «Экономика организации». Программа. ГУУ, 2009.



18. Захаренко И.К. Методические указания к курсовому проектированию по учебной дисциплине «Управление продуктом». Учебно-методическая разработка. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009г
19. Захаренко И.К. Программа учебной дисциплины «Управление маркетингом» Часть I. Управление продуктом. Учебная программа. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
20. Захаренко И.К.. Программа учебной дисциплины «Введение в маркетинговые коммуникации», для студентов специализации «Маркетинг». Учебная программа. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
21. Захаренко И.К.. Программа учебной дисциплины «Товароведение, стандартизация и экспертиза»: для студентов специальности «Маркетинг». Учебная программа. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
22. Захаренко И.К.. Программа учебной дисциплины «Товароведение, стандартизация и экспертиза», для студентов специализации «Маркетинг». Учебная программа. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
23. Захаренко И.К.. Программа учебной дисциплины «Управление маркетингом». Часть I. Управление продуктом. Учебная программа. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
24. Кириллова О.Ю. Каталкина М.Ю. Методические указания к курсовому проектированию. Методические указания. М.: ГУУ, 2010.
25. Кириллова О.Ю. Программа учебной дисциплины «Корпоративная реструктуризация». Учебная программа. М.: ГУУ, 2010.
26. Кириллова О.Ю. Программа учебной дисциплины «Рынок слияний и поглощений». Учебная программа. М.: ГУУ, 2010.
27. Кириллова О.Ю. Самосудов М.В. Методические рекомендации к дипломному проектированию для студентов специальности корпоративное управление. Методические указания. М.: ГУУ, 2010.
28. Ковалев А.И. Методические указания к курсовому проектированию по учебной дисциплине «Промышленный маркетинг». М.: ГУУ, 2005.
29. Ковалев А.И. Программа учебной дисциплины «Промышленный маркетинг». Метод. Разработка. М.: ГУУ, 2005.
30. Конкс В.Я., Сумарокова Е.В. Программа учебной дисциплины «Ценообразование». Учебно-методическая разработка. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
31. Конкс В.Я., Сумарокова Е.В. Сборник кейсов по учебной дисциплине «Ценообразование». Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
32. Леонов А.И., Макарова М.А. Методические указания к курсовому проектированию по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования». Методические указания. М.: ИЦ ГУУ, 2007.
33. Леонов А.И., Макарова М.А. Методические указания по выполнению домашних заданий и контрольных работ по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования». Методические указания. М.: ИЦ ГУУ, 2007.
34. Михайлова Е.А. Программа учебной дисциплины «Маркетинговые исследования» для студентов специальности «Маркетинг». М.:ГУУ, 2005.
35. Михайлова Е.А. Программа учебной дисциплины «Ценообразование». М.: ГУУ, 2006.



36. Михайлова Е.А. Сборник кейсов по учебной дисциплине «Ценообразование»: для студентов специальности «Маркетинг». Учебно-методическая разработка. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
37. Рыжикова Т.Н. Банковский маркетинг: Методические рекомендации по курсу. М.: Изд-во Радио и Связь,-2001.
38. Рыжикова Т.Н., Ковальчук О.А., Васильев С.В. Маркетинг инвестиционных товаров. Методические рекомендации. М.: Изд-во Радио и Связь,-2005
39. Силина С.А. «Маркетинг». Учебная программа для студентов заочного обучения. М.:ГУУ, 2005.
40. Силина С.А. «Основы маркетинга» Учебная программа для студентов дневной и очно-заочной формы обучения. М.:ГУУ, 2005.
41. Силина С.А. «Основы маркетинга» Учебная программа для студентов заочного обучения М.:ГУУ, 2005.
42. Силина С.А. Программа учебной дисциплины«Введение в маркетинговые коммуникации». Учебная программа. М.: ГУУ, 2004.
43. Сумарокова Е.В. Программа учебной дисциплины «Введение в маркетинговые коммуникации»: для студентов специальности «Маркетинг». Учебная программа. Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.
44. Сумарокова Е.В.Учебная программа дисциплины «Персональные продажи». М.:ГУУ, 2004.
45. Сысоева С.А. Введение в маркетинговые коммуникации/Маркетинговые коммуникации, ч.1. Учебная программа д. студентов ИЗО ГУУ. Метод.разработка. М.:ГУУ, 2003.
46. Харчилава Х.П. Методические указания к выполнению курсовой работы по дисциплине «Корпоративное управление». Методическая литература. М.: ГУУ, 2009-14с.
47. Харчилава Х.П. Программа учебной дисциплины «Корпоративное управление». Программа. М.: ГУУ, 2009.
48. Шкаровский С.И. Программа учебной дисциплины «Банковский маркетинг» Dizionario di economia banca e borsa russo-italiano italiano-russo (Русско-итальянский итальяно-русский словарь по экономике, банкам и биржам). М.: ГУУ, 2004. Италия, Флоренция, 2004. Le Lettere s.l.r.-Firenze, 790 с.
49. Шлабитц В.В. Сборник тестовых заданий по учебной дисциплине «Электронный маркетинг». Издательский дом ГОУ ВПО ГУУ, 2009.

Статьи.

1. Burenina T. Integrating the Internet into Business Education. / *Global Business and Technology Association Seventh Annual International Conference «Global Markets in Dynamic Environments: Making Positive Connections Through Strategy, Technology and Knowledge»*, 2005, July 12-16.Leiria/Lisbon, Portugal, July 12-16, 2005, pages 150-158
2. Семенов И.В . In Search of a More Adequate Strategic Marketing Conceptual Model of Modern Organizations, Paper presented at Global Business and Technology Association



- Seventh Annual International Conference «Global Markets in Dynamic Environments: Making Positive Connections Through Strategy, Technology and Knowledge», July 12-16 Leiria/Lisbon, Portugal, July 12-16, 2005, pp. 1104-1111.
3. Азоев А.Г. Economic aspects of use of creative solutions in marketing communications /В сб. Материалы IX конференции Международной Федерации Ассоциаций менеджмента Восточной Азии (IFEAMA) «Модернизация экономики и развитие менеджмента». М.: ГУУ, 2008.
 4. Азоев А.Г. Персонализация маркетинговых коммуникаций. Журнал «Маркетинг» №3, 2010.
 5. Азоев А.Г. Развитие персональных маркетинговых коммуникаций. Журнал «Маркетинг» № 2, 2010.
 6. Азоев Г.Л. «Мы видим в качестве одной из своих главных целей всемерно способствовать развитию и реализации потенциала отечественной науки, образования и индустрии». Журнал «Регион-Центр» Центральный ФО № X-XII (59) 2009/2010.
 7. Азоев Г.Л. Догнать nano. Может ли Россия стать лидером нанотехнологий. Российская газета, 2010.
 8. Азоев Г.Л. Интеллектуальное ядро мировой nanoиндустрии – нанотехнологические научно-образовательные центры. Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к nanoпродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 9. Азоев Г.Л. Классификация nanoпродуктов (электронное приложение). Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к nanoпродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 10. Азоев Г.Л. Классификация nanoпродуктов (электронное приложение). Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к nanoпродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 11. Азоев Г.Л. Маркетинговый анализ рынков nanoпродуктов (результаты аналитического проекта). Журнал «Маркетинг» №5 (108) Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2009.
 12. Азоев Г.Л. Реализация конкурентных преимуществ, основанных на низкой цене. Вестник университета, 2003, №1, сс/5-13, М.: ГУУ.
 13. Азоев Г.Л. Сегментация и оценка мирового рынка nanoпродуктов. Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к nanoпродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 14. Азоев Г.Л. Становление nanoиндустрии и рынка nanoпродуктов Российской Федерации. Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к nanoпродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 15. Азоев Г.Л. Участие промышленных, общественных, венчурных организаций в формировании рынка nanoпродуктов и его инфраструктуры. Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к nanoпродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 16. Азоев Г.Л. Формирование системы маркетинговой аналитики. 6-ая конференция IFEAMA, Пекин, октябрь 2006.
 17. Азоев Г.Л., Борисова М.К. Формирование системы сбыта nanoпродуктов в топливно-



- энергетическом комплексе. Журнал «Маркетинг» №5, 2010.
18. Азоев Г.Л., Мочар В. Оценка конкурентной среды российского рынка компьютерных мониторов на основе индексных методов. Журнал «Маркетинг» №6, 2006.
 19. Алешина И.В., Шкаровский С.И., Шлабитц В.В. Комплексное продвижение нанопродуктов на отечественные и мировые рынки наукоемкой продукции. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2010.
 20. Алешина И.В. English-language Course Teaching at Russian University; Direct Professor's Experience (статья на английском языке в реферируемом сборнике материалов конференции GBATA-2006) In "Management and Technology in the Global Economy; Nurturing Innovations and National Heritage", GBATA GBATA, Kefered Proceedings, June 27-July 1, 2006, USA, pp. 5 – 9. ISBN 1-932917-02-0
 21. Алешина И.В. Globalization As A Challenge For Business Education^ Are We Ready For Reforms? (статья на англ-м яз. в реферируемом сборнике материалов конференции GBATA-2007) In "Achieving Competitive Advantage Through Managing Global Resources". GBATA Ninth Conference, Refereed Proceedings, Taipei, Taiwan, July 3-7, 2007, ISBN: 1-932917-03-9, pp.17-23
 22. Алешина И.В. Internet economy and marketing / В сб. Материалы IX конференции Международной Федерации Ассоциаций менеджмента Восточной Азии (IFEAMA) «Модернизация экономики и развитие менеджмента». М.: ГУУ, 2008, стр. 3-9.
 23. Алешина И.В., Алешин Э.Б. Глобализация рынков, наноиндустрия и стратегия интернет-продвижения нанопродуктов РФ. Маркетинг в России и за рубежом, 2010, №3, сс.104-115.
 24. Алешина И.В., Алешин Э.Б. Маркетинг наноинноваций; проблемы и возможности. Журнал Маркетинг, № 6, 2010.
 25. Алешина И.В. Открытые инновации: кросс-культурные факторы в условиях глобализации. // Инновации, № 7, 2010.
 26. Irina V. Alyoshina. Globalization As a Challenge for Business Education: Are We Ready for Reforms?_ In "Achieving Competitive Advantage Through Managing Global Resources". GBATA Ninth Conference, Refereed Proceedings, Taipei, Taiwan, July 3 – 7, 2007, ISBN: 1-932917-03-9, pp.17-23.
 27. Алешина И.В. Маркетинг для маркетологов, или индивидуальная образовательная траектория. //Вестник Университета. № 2, 2011.
 28. Алешина И.В. Кросс-культурные факторы маркетинга наноинноваций. //Вестник университета, № 24, 2010.
 29. Антонов В.Г. Доверие как необходимое условие устойчивого развития экономики. Жур. «Бизнес и общество» №2, М.: 2009.
 30. Антонов В.Г. Структурное построение и государственное регулирование наноиндустрии за рубежом (Япония, КНР, Республика Корея, Индия). Глава в монографии «Рынок нано:от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.



31. Антонов В.Г. Структурные модели нанотехнологических НОЦ («Сетевая модель»). Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
32. Багаутденова Ж.А, Сумарокова Е.В. Роль научных кадров в развитии рынка нанотехнологий. В сб.: «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов». Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
33. Береговская Т.А. Franchising as a modern concept of business development / В сб. Материалы IX конференции Международной Федерации Ассоциаций менеджмента Восточной Азии (IFEAMA) «Модернизация экономики и развития менеджмента». М.: ГУУ, 2008.
34. Березкина А.В. Концептуальные основы мониторинга конкурентной среды . Маркетинг №1, 2005.
35. Березкина А.В. Моделирование конкурентной среды с использованием технологий database marketing. Маркетинг, 2003, №3, М.:ЦМИИМ.
36. Борисова М.К, Гончаров С.Э, Зобов А.М, Иванов Е.С, Мешкова Е.И, Прозоровский С.А, «Сто ведущих зарубежных нанотехнологических НОЦ (электронное приложение)»Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
37. Борисова М.К. Встраивание систем сбыта нанопродуктов в действующие и создание новых каналов дистрибуции. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
38. Борисова М.К. Источники финансирования и особенности планирования деятельности ведущих нанотехнологических НОЦ. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
39. Брагин Д.А. Структурное построение и государственное регулирование nanoиндустрии за рубежом (США). Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
40. Викентьев Г.И, Ковалёв А.И. Интеграция науки и образования в НОЦ в области нанотехнологий. В сб.: «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов». Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
41. Гончаров С.Э Маркетинговые технологии планирования процессов взаимодействия в консалтинге. Журнал «Маркетинг» №6, 2008.
42. Гончаров С.Э. Особенности продуктовой концепции маркетинга в консалтинге. Журнал «Маркетинг» №2, 2007.
43. Гридасова А.В, Ростовский Н.С. Изучение положения нанотехнологических компаний на рынке биотехнологий. В сб.: «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов». Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
44. Груздева Л.А. Основные направления воспитательной работы в ГУУ. ГУУ.- М., 2009.
45. Груздева Л.А. Программа учебной дисциплины «Оценка стоимости имущества». Учебная программа. М.: ГУУ, 2010.
46. Груздева Л.А. Совершенствование системы управления инновационным развитием компании. ГУУ.- М., 2009.



47. Дворяшина М.М. «Маркетинг как инструмент управления развитием бизнес-организации». М.: Изд. ГУ-ВШЭ, 2009.
48. Душкина М.Р. Комплексное продвижение нанопродуктов на отечественные и мировые рынки наукоемкой продукции. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
49. Захаренко И.К. Виды НОЦ в области нанотехнологий и наноматериалов. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
50. Захаренко И.К. Мультиатрибутивная модель продукта в маркетинге. // Вестник университета, ГУУ, №1, М.: ГУУ, 2005.
51. Захаренко И.К., Садриев Р. Создание брендов при помощи пятикомпонентной структурной модели. Журнал «Маркетинг» №4, 2009.
52. Злобин П.Л., Шкаровский С.И. Исследование механизмов инновационного развития российского рынка нанотехнологий. В сб.: «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов». Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
53. Зобов А.М. Венчурные фонды. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
54. Зобов А.М. Стратегические альянсы в системе маркетинговых стратегий компании. Журнал «Маркетинг» №2, 2007.
55. Зобов А.М. Стратегические альянсы: проблемы базовых определений Журнал «Вестник университета», №4. М.: ГУУ, 2006.
56. Зобов А.М. Структурные модели нанотехнологических НОЦ. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
57. Зобов А.М. Тенденции консолидации глобальной nanoиндустрии: Опыт «Силиконовой долины»; Нанокластер Олбани (штат Нью-Йорк). Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
58. Иванов Е.С. Структурное построение и государственное регулирование nanoиндустрии за рубежом (США, Израиль). Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
59. Ильина П.Г., Захаренко И.К. Анализ и прогноз мирового рынка применения нанотехнологий в области защиты окружающей среды. В сб.: «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов». Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
60. Карасева В.В. Комплекс маркетинга в Интернет-бизнесе. Журнал «Маркетинг» №2, 2008.
61. Кириллова О.Ю. К вопросу о содержании термина «реструктуризация компании». М.: ГУУ, 2009.
62. Кириллова О.Ю. Мотивационный механизм корпоративной культуры. Кадровик. Кадровый менеджмент. №6, 2009.
63. Кириллова О.Ю. Организация комплексной защиты российских компаний от возможных угроз рынка слияний и поглощений. М.: ГУУ, 2009.
64. Кириллова О.Ю. Проектирование внутренней среды. «Кадровик». Кадровый



- менеджмент. №2, 2010.
65. Ковалев А.И. Классификация товаров производственно-технического назначения. Маркетинг №3, 2003.
 66. Ковалев А.И. Концептуальные модели прогноза глобального нанорынка и его структура. Журнал «Маркетинг» №3, 2010.
 67. Ковалев А.И. Концептуальные модели прогноза глобального нанорынка и его структура (продолжение). Журнал «Маркетинг» №4, 2010.
 68. Ковалев А.И. Природа, сущность и особенности промышленного маркетинга. Маркетинг, №1, М.: 2003.
 69. Ковалев А.И. Проблемы маркетингового планирования на российских предприятиях/В сб. Проблемы совершенствования государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности «Маркетинг». СПб: СПбГУЭФ, 2005.
 70. Ковалев А.И. Прогнозируемые продажи наноматериалов, находящихся в разработке. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 71. Ковалев А.И. Процесс закупки в промышленной среде. Маркетинг, №5, М.: 2003.
 72. Ковалев А.И. Процесс сегментирования рынка товаров производственно-технического назначения. Журнал «Маркетинг» №6, 2006.
 73. Ковалев А.И. Процесс сегментирования рынка товаров производственно-технического назначения (продолжение). Журнал «Маркетинг» №1, 2007.
 74. Ковалев А.И. Процесс сегментирования рынка товаров производственно-технического назначения (окончание). Журнал «Маркетинг» №2, 2007.
 75. Ковалев А.И. Состояние и тенденции продаж нанопродуктов в секторах и сегментах мирового рынка. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
 76. Ковалев А.И. Структура рынка товаров производственно-технического назначения. Маркетинг, №4, 2003.
 77. Ковалев А.И., Быков К.В. The role of brand potential reinforcement in building a sustainable competitive advantage featuring an industrial company “Sukhoi” / В сб. Материалы IX конференции Международной Федерации Ассоциаций менеджмента Восточной Азии (IFEAMA) «Модернизация экономики и развитие менеджмента». М.: ГУУ, 2008.
 78. Коновалова Е.С. Использование оценки неосязаемых активов маркетинга. Журнал «Маркетинг» №5, 2007.
 79. Кутьёнок Т.А. Правовое регулирование российского рынка страхования. Журнал «Маркетинг» №6, 2006.
 80. Кутьёнок Т.А. Удовлетворенность клиентов в розничном страховании. Журнал «Маркетинг» №4, 2007.
 81. Лабурцева В.А., Фирстов Ю.П. Кафедры исследовательского университета как кластер наноиндустрии/ В сб. научных работ «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов». Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
 82. Леонов А.И. Ассортиментная политика предприятия: сущность, содержание, структура.



- Предпринимательство, № 3, 2004.
83. Леонов А.И. Влияние структуры спроса на организацию бизнес-процессов Практический маркетинг. № 3, 2005.
 84. Леонов А.И. Использование ценовых инструментов в ассортиментной политике предприятия: технология определения среднерыночной цены. Российское предпринимательство, №6, 2004.
 85. Леонов А.И. К проблеме измерения уровня конкурентоспособности. Экономика и производство, № 4, 2004 .
 86. Леонов А.И. Как влияет конкурентоспособность на объем продаж? Практический маркетинг, №8, 2004.
 87. Леонов А.И. Продвижением ассортимента на основе гибкой ценовой политики. Российское предпринимательство, № 8, 2004.
 88. Леонов А.И. Управление ассортиментом как элемент маркетинговой деятельности: результаты практических исследований. Практический маркетинг.-№2, 2005.
 89. Леонов А.И. Управление продажами и конкурентоспособность. Российское предпринимательство, №9, 2004.
 90. Леонов А.И. К проблеме классификации товара в маркетинге. Практический маркетинг. №4, 2005.
 91. Леонов А.И. Управление ассортиментом предприятий в условиях современного рынка. Статья. Предпринимательство, № 1-2, 2004.
 92. Леонов А.И. Управление ассортиментом: Технология построения функции эластичности в условиях российской информационной среды. Российское предпринимательство, №7, 2004.
 93. Лялин А.М., Афанасьев В.Я., Азоев Г.Л. От разработки нанотехнологий к рынку нанопродуктов. 2010.
 94. Макарова М.А. Оценка экономической устойчивости нефтяной компании с учетом основных факторов (Статья). Собственность и рынок, №1, 2005.
 95. Малков М.И. Маркетинговые исследования в управленческой деятельности компании. Журнал «Маркетинг» №4, 2008.
 96. Малков М.И. Подходы к измерению эффективности маркетинга. Журнал «Маркетинг» №3, 2007.
 97. Матковская Я. Коммерциализация рыночных инноваций-парадигма информационного маркетинга. Журнал «Маркетинг» №4, 2010.
 98. Мешкова Е. Дохийский раунд ВТО по вопросам прав интеллектуальной собственности. Журнал «Маркетинг» №1, 2010.
 99. Михайлова Е.А. Внешняя и внутренняя среда розничной торговли в двадцать первом веке. Часть II . Маркетинг №2, 2005.
 100. Михайлова Е.А. Внешняя и внутренняя среда розничной торговли в двадцать первом веке. Часть I Маркетинг №1, 2005.
 101. Михайлова Е.А. Дифференцированный маркетинг в розничной торговле. Журнал «Маркетинг» №2, 2006.
 102. Михайлова Е.А. Ключевые маркетинговые факторы успеха в сфере розничной торговли. Часть I . //Маркетинг .№4, 2005.



103. Михайлова Е.А. Концепция и принципы дифференцированного маркетинга в сфере розничной торговли. //Маркетинг. №6, 2005.
104. Михайлова Е.А. Маркетинговые феномены в сфере ценообразования. «Маркетинг» №4, 2007г.
105. Михайлова Е.А. Маркетинговые феномены в сфере ценообразования. Журнал «Маркетинг» №4, 2007.
106. Михайлова Е.А. Обслуживание покупателей в розничном бизнесе. Журнал «Маркетинг» №6, 2006.
107. Михайлова Е.А. Основы маркетинга розничной торговли (начало). «Маркетинг», №5, М.: ЦМИиМ, 2004.
108. Михайлова Е.А. Основы маркетинга розничной торговли (продолжение). «Маркетинг», №6, М.: ЦМИиМ, 2004г.
109. Михайлова Е.А. Переход розничной торговли на дифференцированный маркетинг. Журнал «Маркетинг» №3, 2006.
110. Михайлова Е.А. Предпосылки перехода розничной торговли на дифференцированный маркетинг. Журнал «Маркетинг» №1, 2006.
111. Михайлова Е.А. Размышления на тему ценовых стратегий: тенденции и перспективы использования в финансовом менеджменте (статья). «Корпоративный финансовый менеджмент» №3, 2007.
112. Михайлова Е.А. Роль бенчмаркинга в формировании конкурентных преимуществ. Вестник международного университета, вып. 4. М.:МеждУниверситет., 2003.
113. Михайлова Е.А. Ценообразование в сфере розничных продаж. Журнал «Маркетинг» №5, 2006.
114. Михайлова Е.А.«Современные аспекты маркетинга розничной торговли» МУ (в Москве). Тетради Международного университета (в Москве). Сборник научных трудов. Выпуск №3, 2004.
115. Михайлова Е.А.Ключевые маркетинговые факторы успеха в сфере розничной торговли. Часть II .Маркетинг.№5, 2005.
116. Михайлова Е.А.Практические аспекты работы с кейс-материалом. /В сб. Проблемы совершенствования государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по специальности «Маркетинг» СПб: СПбГУЭФ, 2005.
117. Неверов Р.Д, Васильев М.Н. Системный анализ проблем безопасности в nanoиндустрии, применительно к логистическим технологиям. / В сб. научных работ «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов» Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
118. Никоноров Е.С.,Ёлкин С.В. Формирование продуктовой ниши светодиодной промышленности. / В сб. научных работ «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов». Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010
119. Осадчий А.Г. Конфронтация на рынке интеллектуальной собственности. Журнал «Маркетинг» №3, 2008.
120. Осадчий А.Г. Основные тенденции развития российского рынка выставочных услуг. Журнал «Маркетинг» №6, 2006.



121. Осадчий А.Г. Правовая охрана и коммерциализация секретных результатов интеллектуальной деятельности. Журнал «Маркетинг» №4, 2010.
122. Осадчий А.Г. Проблемы коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. Журнал «Маркетинг» №2, 2007.
123. Осадчий А.Г. Социокультурный аспект коммерциализации интеллектуальных продуктов. Журнал «Маркетинг» №1, 2008.
124. Осадчий А.Г. Ускоренное формирование рынка результатов интеллектуальной деятельности (РИД) в сфере нанотехнологий. Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
125. Панибратов А.А. Маркетинговые стратегии международных кампаний на российском рынке. Журнал «Маркетинг» №3, 2006.
126. Панибратов А.А. Факторы успеха маркетинговых стратегий МНК в России. Журнал «Маркетинг» №2, 2006.
127. Панибратов А.А. Факторы успеха маркетинговых стратегий МНК в России. Журнал «Маркетинг» №1, 2006.
128. Поршнева А.Г. Готовим менеджеров нового типа. // Вузовские вести, 2004.
129. Прозоровский С.А. Технология создания конкурентно преимущественного обучения английскому языку студентов маркетинга. М.: ГУУ, 2005.
130. Прозоровский С.А. . Vireos On Corporate Social Responsibility (CSR) In Russia And Elsewhere in Management and technology in the global Economy .GBATA Conference papers-2006, USA, 2006, pp 850-859
131. Родин Д.Ю. Концепция использования теории и практики брендинга в повышении экспортных возможностей и импортных потребностей России. Вестник университета. Серия «Национальная и мировая экономика», №1 (5), 2005.
132. Рыжикова Т.Н. Особенности организации учебного процесса ведущих нанотехнологических НОЦ. Глава в монографии «Рынок nano: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
133. Рыжикова Т.Н. Стратегический промышленный маркетинг на предприятиях/ Бизнес-образование. №3, 2008.
134. Рыжикова Т.Н., Лаврентьев Н.В. Финансовый супермаркет/особенности становления финансовых супермаркетов в России. / Российский предприниматель. № 7. 2009.
135. Рыжикова Т.Н. Стратегии промышленного маркетинга / Справочник экономиста. - 2007 -№ 10 (52)- С65-74
136. Рыжикова Т.Н. Стратегии промышленного маркетинга предприятий / Справочник экономиста. - 2007-№ 9 (51) – С58-64
137. Рыжикова Т.Н. Стратегии промышленного маркетинга предприятий/ Маркетинг. №5(96), 2007.
138. Рыжикова Т.Н. Васильев С.В. Каждой продукции свой маркетинг. Экономика и жизнь, №27, 2006.
139. Рыжикова Т.Н. Гаврилова М.С., Основные принципы и задачи контроллинга маркетинговых процессов. Статья Контроллинг. №4, 2002.



140. Рыжикова Т.Н., Новичкова Н.Е., Васильев С.В. Особенности инвестиционного ценообразования в области комплексных или совместных производств. Статья Справочник экономиста. № 1, 2005.
141. Огородникова В.Н., Рыжикова Т.Н. Особенности расчетов эффективности сбытовой деятельности предприятия: статья Справочник экономиста. № 2, 2003.
142. Рыжикова Т.Н. Инновации, инновационный маркетинг и их развитие на примере промышленности Нижней Саксонии/ Сборник трудов/ Менеджмент инновационных процессов, Изд. МГТУ им. Н.Э.Баумана, 2007.
143. Рыжикова Т.Н. Контроллинг маркетинговых проектов: статья. Российский предприниматель. № 2. 2001.
144. Самошкина И.В. «Методологический аспект ролевой игры как основы коммуникативного подхода к изучению иностранного языка». ВГНА 2005.
145. Самошкина И.В. «Фирма в ситуации SoS» ВГНА 2005.
146. Саори М. Японские правила успеха продуктовых инноваций. Журнал «Маркетинг» №6, 2008.
147. Семенов И.В. In Search of a More Adequate Strategic Marketing Conceptual Model of Modern Organizations, Paper presented at Global Business and Technology Association Seventh Annual International Conference «Global Markets in Dynamic Environments: Making Leiria/Lisbon, Portugal, July 12-16, 2005, pp. 1104-1111.
148. Семенов И.В. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга в современной организации. Маркетинг, №6, 2003.
149. Семенов И.В. Маркетинг и стратегия организации М.:Маркетинг, № 2, 2004.
150. Семенов И.В. Снижение барьеров, препятствующих коммерциализации нанотехнологий. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
151. Семенов И.В. Стратегическая привлекательность рынка организации. М.: Маркетинг, № 1, 2005.
152. Семенов И.В., Кубахов П.С. Market orientation: a way toward the blue ocean strategy? / В сб. Материалы IX конференции Международной Федерации Ассоциаций менеджмента Восточной Азии (IFEAMA) «Модернизация экономики и развитие менеджмента». М.: ГУУ, 2008.
153. Семенов И.В.,Кубахов П.С.,Малкова Т.Г. Ориентация на рынок российских компаний: постановка проблемы, исследование и перспективы. жур. Маркетинг и маркетинговые исследования №5, 2009.
154. Семенов И.В.,Кубахов П.С.,Малкова Т.Г. Ориентация на рынок российских компаний: от маркетинга к инновациям. Современный менеджмент :проблемы, гипотезы, исследования. М:Изд.дом Гос.ун-та-ВШЭ. 2009.
155. Семенов И.В. Система и процесс стратегического маркетинга в организации М.: Маркетинг, № 3, 2004.
156. Семенов И.В. Стратегическая сегментация рынка организации М.: Маркетинг, № 4, 2004.
157. Семёнов И.В. Стратегический маркетинг в формировании конкурентных преимуществ российских компаний // Маркетинг. № 1. 2011.



158. Семёнов И.В., Кубахов П.С., Малкова Т.Г. Ориентация на рынок российских компаний: постановка проблемы, исследование и перспективы // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2009. – № 5. – С. 360-378. <http://grebennikon.ru/article-j-8ye7-3-14-5.html>
159. Семёнов И.В., Кубахов П.С. Стратегическая инновация и маркетинг: от противоположности к единству // Маркетинг, № 5, 2005.
160. Семёнов И.В. Стратегическая привлекательность рынка организации // Маркетинг, № 1, 2005.
161. Семёнов И. Система и процесс стратегического маркетинга в организации // Маркетинг, № 3, 2004.
162. Семёнов И. Маркетинг и стратегия организации // Маркетинг, № 2, 2004.
163. Семёнов И. Маркетинговый парадокс и стратегическая ориентация организации // Маркетинг, № 1, 2004.
164. Семёнов И. Взаимосвязь менеджмента и маркетинга в современной организации // Маркетинг, № 6, 2003.
165. Семёнов И.В. Витязь на распутье // Вестник университета. № 1 – М.: Издательский центр ГУУ, 1999.
166. Силина С.А. Маркетинговая концепция управления региональным развитием. «Маркетинг», №1, 2004.
167. Старостин В.С, Сычева С.М, Токарев Б.Е. «Сто ведущих зарубежных нанотехнологических НОЦ (электронное приложение)» Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2010г
168. Старостин В.С. Product personalization: ideas, development and implementation. Corporate challenges and opportunities / В сб. Материалы IX конференции Международной Федерации Ассоциаций менеджмента Восточной Азии (IFEAMA) «Модернизация экономики и развития менеджмента». М.: ГУУ, 2008, стр. 159-168.
169. Старостин В.С. Особенности организации учебного процесса в ведущих нанотехнологических НОЦ. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
170. Старостин В.С. Предпосылки и атрибуты персонализации продукта / Журнал «Маркетинг» №1. Журнал «Маркетинг» №1, 2009.
171. Старостин В.С. Структурные модели нанотехнологических НОЦ: «Кластерно-сетевая модель». Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2010г
172. Сумарокова Е.В. Инвестиции в человеческий капитал. М.: «Высшее образование сегодня», №3, 2004.
173. Сумарокова Е.В. Классификация нанопродуктов (электронное приложение). Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
174. Сумарокова Е.В. Маркетинговые исследования операторов nanoиндустрии. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.



175. Сумарокова Е.В. Финансирование высшего образования: зарубежная и отечественная практика. Высшее образование сегодня, №4, 2003.
176. Сумарокова Е.В., Захаренко И.К. Self-marketing as the basis of human and social capital forming in a modern company / В сб. Материалы IX конференции Международной Федерации Ассоциаций менеджмента Восточной Азии (IFEAMA) «Модернизация экономики и развития менеджмента». М.: ГУУ, 2008.
177. Сумарокова Е.В. Человеческий капитал России: тенденции макроуровня// "Экономика образования", 4, 2005. "Экономика образования", 4, 2005.
178. Сычева С.М. «Аудит обучения как стартовый этап процесса организационного развития». М.: ГУУ, 2009.
179. Сычева С.М. «Устойчивое экономическое развитие: интеграция государства и бизнеса в современном обществе: материалы 14-й Международной научно-практической конференции». М: ГУУ, 2009.
180. Сычева С.М. Управление через проекты В сб. «Актуальные проблемы управления – модернизация и инновации в экономике» материалы 15-й Международной научно-практической конференции. Выпуск 1. М.: ГУУ, 2010.
181. Сычева С.М. Шрамченко Т.Б. Внутрикорпоративное обучение персонала как необходимое условие и важный инструмент организационного развития / Эффективная реализация инновационного потенциала: опыт Москвы и регионов: Сборник материалов межрегиональной научно-практической конференции/ Под ред. д-ра экон. наук, проф. В.Б. Зотова. М.: ОАО «Юго-Восток-Сервис», 2009.
182. Сычева С.М. Шрамченко Т.Б. Проблемы мотивации обучения в корпорации. Проблемы мотивации обучения в корпорации / Межвузовский сборник научных статей № 1/2010. М.: ГУУ, 2010.
183. Токарев Б.Е. Источники финансирования и особенности планирования деятельности НОЦ. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
184. Токарев Б.Е. Структурные модели нанотехнологических НОЦ («Сетевая модель»; «Очаговая и точечная модели»). Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2010.
185. Токарев Б.Е. Анализ структуры рынка наукоемких товаров // Индустриальный и B2B маркетинг. №3, 2010.
186. Ушаков Д.А., Савостицкий А.С. Венчурное инвестирование в развитие российского рынка нанотехнологий/ В сб. научных работ «Всероссийского конкурса НИРС ВУЗов в области нанотехнологий и наноматериалов» Издательство: НИЯУ, МИФИ, 2010.
187. Харчилава Х.П. Анализ современных моделей корпоративного управления. "Вестник ГУУ" М.: 2010.
188. Харчилава Х.П. Диалог бизнеса и общества как необходимое условие развития экономики. Журнал "Бизнес и общество" М.: 2010.
189. Харчилава Х.П. Корпоративное управление ВУЗаами. Вестник ГУУ. Национальная и Мировая экономика. М.: №2(8), 2009.
190. Харчилава Х.П. Корпоративное управление на различных стадиях жизненного цикла корпораций Журнал «Бизнес и Общество», М.: № 2, 2009.



191. Харчилава Х.П. Корпоративное управление. Учебное пособие. М.: ГУУ, 2010.
192. Харчилава Х.П. Стратегически ориентированная система корпоративного управления. М., ГУУ, 2009.
193. Цуневская О.Я. Оценка клиентской базы в программах лояльности. Журнал «Маркетинг» №2, 2008.
194. Цуневская О.Я. Повышение лояльности клиентов на основе использования специальных программ и ко-бренд-проектов. Журнал «Маркетинг» №6, 2007.
195. Челенков А.П, Гончаров С.Э. Некоторые аспекты концепции маркетинга взаимодействия. Журнал «Маркетинг» №6, 2006.
196. Челенков А.П, Межевов А.Д. Новые аспекты современного поведения потребителей. Журнал «Маркетинг» №5, 2006.
197. Челенков А.П. Marketing in English (учебно-терминологический словарь)//Маркетинг, №№ 1-6. Маркетинг, М.: 2004.
198. Челенков А.П. Marketing in English. (учебно-терминологический словарь). Маркетинг №№ 1-6. М.: 2003.
199. Челенков А.П. Кластерный подход к интеграции науки и образования в рамках корпорации Cisco Systems. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
200. Челенков А.П. Патентный анализ нанотехнологий.. Журнал Маркетинг №1(110) / 2010.
201. Челенков А.П. Патентоведение нанотехнологий. Жур. «Маркетинг» №6 (109), 2009.
202. Челенков А.П. Переход к комплексному финансированию производственно-технологических цепочек разработки, производства, реализации и использования нанопродуктов. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
203. Челенков А.П. Создание нанопродуктовых кластеров. Глава в монографии «Рынок нано: от нанотехнологий к нанопродуктам». Издательство БИНОМ. Лаборатория знаний 2011.
204. Челенков А.П. Формирование клиент-ориентированного подхода в коммуникациях. «Маркетинг», №2. М.: 2005.
205. Шлабитц В.В. Нанотехнологии выставочный ракурс. Журнал «Маркетинг» №5 (108) Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2009.
206. Шкардун В.Д. Роль аналитической функции маркетинга в процессе стратегического планирования. Ж. Маркетинг и маркетинговые исследования, № 4 (76), М.: 2008.