

## УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Редакция **журнала «КООПЕРАТИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА СИБИРИ»** принимает к публикации материалы, содержащие результаты научных исследований, оформленные в виде статей в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным статьям Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки Российской Федерации.

Журнал (включая присвоение кодов ISBN, УДК и ББК) подлежит регистрации в Российской книжной палате и размещению в электронной научной библиотеке *elibrary.ru*).

Все поступающие в редакцию материалы проверяются на наличие заимствований из открытых источников (с помощью системы «Антиплагиат»).

**Степень оригинальности текста должна быть не менее 70%.**

Статья должна обладать научной новизной, публиковаться впервые.

Содержание статьи должно соответствовать тематике одной из **рубрик журнала**. Основные направления:

- ✓ Экономические науки;
- ✓ Педагогические науки;
- ✓ Гуманитарные науки;
- ✓ Естественные науки;
- ✓ Юридические науки;
- ✓ Технические науки.

**Требования к оформлению:** объем статьи (включая список литературы, таблицы и рисунки) – не менее 8 страниц и не более 16 страниц формата А4. Размер шрифта – 16; межстрочный интервал – 1,0; все поля – по 3 см. Ссылки на источники оформляются в квадратных скобках (например: [2, с. 64]).

### **Структура статьи:**

1. Индекс статьи по универсальной десятичной классификации (УДК);
2. ФИО автора полностью, ученая степень и звание, должность, место работы;
3. Название статьи;
4. Аннотация;
5. Ключевые слова;
6. Текст статьи, включая формулы, таблицы, рисунки;
7. Библиографический список.

Для авторов, не имеющих ученой степени необходимо предоставление **рецензии** и/или выписки из протокола заседания кафедры (подразделения) с рекомендацией к печати. Аспиранты и соискатели степени кандидата наук должны предоставить рецензию научного руководителя. Документ должен быть подписан, заверен печатью и предоставлен в виде сканированного документа по электронной почте (для иногородних авторов).

**Материалы в журнал «КООПЕРАТИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА СИБИРИ» принимаются до 31 мая 2019 г. на электронную почту [nio-zip@mail.ru](mailto:nio-zip@mail.ru).**

**Для опубликования материалов сторонних авторов организационный взнос в размере 450 рублей.**

Реквизиты:

Забайкальский институт предпринимательства – филиал негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации «Сибирский университет потребительской кооперации» (ЗИП – филиал СибУПК)

ИНН 5404105512, КПП 753602001

р/с 40702810074000102240 в Отделение № 8600 Сбербанк России г. Чита

к/с 30101810500000000637

БИК 047601637

В назначении платежа указать: организационный взнос для публикации материалов в журнале «КООПЕРАТИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА СИБИРИ», НДС не облагается.

По всем вопросам можно обращаться:

**Ванчугова К.С.** – специалист отдела координации научной работы и международной деятельности ЗИП – филиала СибУПК.

тел./факс: +7 (3022) 35-31-35 (252)

тел. +7-914-459-64-57

E-mail: [nio-zip@mail.ru](mailto:nio-zip@mail.ru)

*Образец заполнения*

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

ФИО (полностью)	<b>Иванов Иван Иванович</b>
Название научной статьи	РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ
Ученая степень (если имеется), ученое звание (если имеется), должность, место работы / учебы (полное название учреждения в именительном падеже), адрес учреждения с индексом	кандидат технических наук, доцент кафедры коммерческого товароведения, НОУ ВПО Центросоюза РФ Сибирский университет потребительской кооперации Забайкальский институт потребительской кооперации, 672000, Россия, г. Чита, ул. Ленинградская, 16
Информация для быстрой связи (в журнале не публикуется): тел., e-mail (обязательно)	тел. сот. 8-914-893-00-00 e-mail:

*Образец оформления статьи:*

*Иванов И.И.,  
канд. техн. наук, доцент  
Забайкальский институт  
предпринимательства  
Сибирского университета  
потребительской кооперации  
Чита, Россия*

## РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ

*В статье представлены результаты разработки маркетинговых стратегий для Потребительского сельскохозяйственного кооператива «Илим». Проанализирована внутренняя и внешняя среда предприятия, выявлены сильные и слабые стороны. Разработаны стратегии, рассчитана экономическая эффективность внедрения стратегий.*

*Ключевые слова: маркетинговые стратегии, внутренняя и внешняя среда, молочное животноводство, товарная продукция, спрос, цена, сбытовая политика, потребители, эффективность.*

В условиях развитого рынка разработка и применение стратегии маркетинговой деятельности – одна из важнейших функций руководителей высшего звена.