

## УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература:

1. [Варакута, С. А. Связи с общественностью : учеб. пособие / С. А. Варакута. — М. : Инфра-М, 2009. — 207 с. —\( Высшее образование\).](#)
2. [Джефкинс, Ф. Паблик Рилейшенз : учеб. пособ. / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. — М. : Юнити-Дана, 2003. — 253 с. — \(Зарубежный учебник\).](#)
3. [Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учеб. пособие для высшей школы/ Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов; под общ. ред. С. Д. Резника. — Изд. 6-е, испр. и доп. — М. : Академический проект, 2009. — 511 с. — \(Guadeamus\).](#)
4. [Королько, В. Основы Паблик рилейшенз / В. Г. Королько. — К. : Рефл-бук, 2000. — 286 с. — 5-87983-093-4.](#)
5. [Марков, А. А. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие/ А. А. Марков. — СПб : СПбГИСУ, 2011. — 163 с. — 978-5-9978-0355-1.](#)
6. [Новиков, Д. В. Теория и практика связей с общественностью : учеб. пособие/ Д. В. Новиков. — Комсомольск-на-Амуре : ФГБОУ ВПО "КнГТУ", 2013.](#)
7. [Ноздренко, Е. А. Теория и практика связей с общественностью : курс лекций / Е. А. Ноздренко. — Красноярск : ИПК СФУ, 2008. — 61 с.](#)

### Дополнительная литература:

1. Алешина И.В. Паблик рилейшенз для менеджеров. Учебник. – М.: ИКФ «ЭКСМОС», 2002.
2. Афанасьева А.Л. Современные PR-технологии: цели, методы, инструментарий: Конспект лекций. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2007.
3. Блэк К. Конкретный и конкурентный PR: Прямое и эффективное руководство для специалистов по PR, имиджу и рекламе. – М., 2004.
4. Борисов Б.Л. Реклама и паблик рилейшенз. Алхимия власти. – М., 1998.
5. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR: Практические рекомендации. – СПб., 2006
6. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. – 2-е изд. – СПб.: Союз, 1997.
7. Иванова К.А. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов. – СПб., 2007.
8. Игнатъев Д.И., Бекетов А.В. Энциклопедия PR от поколения Next. – М., 2003.
9. Катлип Скотт М., Сентер Ален Х., Брум Глен М. Паблик Рилейшнз: теория и практика. – М., 2000.
10. Коханова Л. Медиарилейшнз: что это такое? – М., 2006.
11. Кривоносов А.Д. PR-текст в структуре публичных коммуникаций. – СПб., 2002.
12. Перельгина Е.Б. Психология имиджа: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002.
13. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз: Навч. посібник. – 2 ге вид., випр. і допов. – К.: Знання; КОО, 2004.
14. Роджер Хейвуд. Все о Public Relation: Пер. с англ. – М.: Лаб. Базовых знаний; БИНОМ, 1999.
15. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. – М., 1998.
16. Тульчинский Г.Л. Public Relations. Репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство. – СПб., 1994.
17. Уилкоккс Д. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. – М., 2004.
18. Честара Дж. Деловой этикет. Паблик рилейшнз. – М., 1997.
19. Чумиков А.Н. Креативные технологии «паблик рилейшнз». – М., 1998.

20. Шомова С.А. Политические шахматы. Паблик Рилейшнз как интеллектуальная игра. – М., 2003.