

**МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ,
УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

Основная литература:

1. [Колбер Ф. Маркетинг культуры и искусства / Ф. Колбер. — СПб : \[б. и.\]. — 230 с.](#)
2. [Менеджмент и маркетинг в сфере культуры : практикум / Евланов В. Н., Новаторов Э. В., Тульчинский Г. Л. и др. — СПб : Лань, 2012. — 78 с.](#)
3. [Тульчинский Г. Л. Маркетинг в сфере культуры : учебное пособие / Г. Л. Тульчинский, Е. Л. Шекова. — СПб. : Лань, 2009. — 496 с.](#)
4. [Шмитт Б. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмитт, Д. Роджерс, К. Вроцос. — М. : Вильямс, 2005. — 400 с.](#)

Дополнительная литература:

5. Stanley F. Slater Business strategy, marketing organization culture, and performance / Stanley F. Slater, Eric M/ Olson, Carol Finnegan // Mark Lett. – 2011. - №22. – pp. 227-242.
6. [Акулич М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. — М. : Дашков и К, 2016. — 352 с.](#)
7. [Бочкарева Э. Э. Маркетинговые аспекты развития театров в современных условиях // Вестник МГУКИ. — 2013. — №3 \(53\) май-июнь. — С. 214-218](#)
8. Джулер А. Джером. Креативные стратегии в рекламе / А. Джером Джулер, Бонни Л. Дрюниани. – СПб.: Питер, 2002. 384 с.
9. Евланов В.Н. Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум / В.Н. Евланов, Э.В. Новаторов, Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – СПб., 2012. – 154 с.
10. [Касьянов Ю. В. PR- кампания своими силами. Готовые маркетинговые решения / Ю. В. Касьянов. — СПб : Питер, 2008. — 120 с.](#)
11. Коммуникативные практики в современном медиапространстве : монография / сост. Л.П. Шестеркина. – Челябинск : Цицеро, 2014. – 170 с.
12. Литвиненко В.А. Event-технологии как инструмент реализации социально-культурных проектов в креативных индустриях / В.А. Литвиненко, И.А. Герасимова // Вестник МГУКИ. – 2018. - №2 (82). – С. 181-191
13. Мудров А.Н. Основы рекламы : учебник / А.Н. Мудров. – М.: Магистр, 2008. – 397 с.
14. Охотникова Л.В. Деловой английский язык : учебно-метод. Пособие / Л.В. Охотникова, И.Л. Баландина, С.В. Чисяткова. Челябинск : Изд-во ЧГУ, 2017. – 155 с.
15. [Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций : материалы II Междунар. науч.-практ. конф. — Краснодар : КГУ, 2019. — 303 с.](#)
16. [Савчук Г. А. Маркетинг в рекламе. Контрольные задания и ситуационные задания : учеб. пособие для студентов. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ин-та, 2010. — 56 с.](#)
17. [Синяева И. М. Сфера PR в маркетинге : учеб. пособ. для студ. вузов / И. М. Синяева. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. — 383 с.](#)
18. [Тихомирова И. В., Жебалов В. Г. Event - маркетинг: методы практического внедрения // Евразийский Союз Ученых. Экономические науки. — 2015. — №9 \(18\). — С. 111-114](#)

19. Тихомирова И.В. Event-маркетинг: методы практического внедрения / И.В. Тихомирова, В.Г. Жебалов // Евразийский Союз Ученых. – 2015. - №9 (18). – С. 111-114.
20. Тульчинский Г.Л. PR в сфере культуры и образования: уч. пос. – СПб.: Изд-во «Лань», 2011. – 576 с.
21. [Фегеле З. Директ маркетинг / Пер. с нем.; З. Фегеле. — М. : Интерэксперт, 1998. — 256 с.](#)
22. Форсайт П. Маркетинг в книгоиздании / Патрик Форсайт; науч. ред. пер. Е. В. Соловьева. — М. : Школа издательского и медиа бизнеса, 2012. — 221 с.
23. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013.
24. [Чумиков А. Н. Связи с общественностью : теория и практика: Учебник / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Дело, 2008. — 560 с.](#)
25. Юдина А.И. Алгоритм социально-культурного прогнозирования деятельности организаций сферы культуры // Вестник КемГУКИ. – 2017. - №38. – С. 167-174.

Интернет-источники:

26. Giyazova N.B. Marketing communication strategy and its essence / N.B. Giyazova // Вопросы науки и образования. – 2020. – [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-communication-strategy-and-its-essence/viewer>
27. Hitesh Bhasin Marketing communication: meaning & types of marketing communication / Bhasin Hitesh // Marketing91 – [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://www.marketing91.com/marketing-communication/>
28. Radovan B. New trends in marketing communication / Bawk Radovan, Igor Fedorko // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2013. – №8 [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/new-trends-in-marketing-communication>
29. Tairova M.M. Goal and objectives of integrated marketing communications / M.M.Tairova N.B.Giyazova A.K.Dustova // Economics. – 2020. – [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/goal-and-objectives-of-integrated-marketing-communications>
30. Электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/>
31. Арт-менеджмент: [Электронный документ]. – Режим доступа: http://theoryofculture.ru/issues/2014_01/516/ prostranstve
32. Евдокимов В.А. Массмедиа в социокультурном пространстве: учеб. Пособие / В.А. Евдокимов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 224 с. – Режим доступа: https://studref.com/372656/zhurnalistika/massmedia_v_sotsiokulturnom
33. Корпоративный менеджмент: финансы, бизнес-планы, управление компанией. – Режим доступа: <https://www.cfin.ru/>
34. Менеджмент: все для студента. – Режим доступа: <http://dlastudenta.narod.ru/management>
35. Ноздренко Е.А. Система культуры: новые детерминанты. Реклама как фактор современного культурно-исторического процесса / Е.А. Ноздренко, Н.П. Копцева. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2011. – 156 с. – Режим доступа: <https://mybook.ru/author/natalya-kopceva/sistema-kultury-novye-determinanty-reklama-kak-fak/read/>
36. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>