

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие [Электронный ресурс] / Ф.И. Шарков. – М : Дашков и Ко, 2014. – 334 с. // ЭБС «КнигаФонд».
2. Шарков, Ф.И. Коммуникология : коммуникационный консалтинг : учебное пособие [Электронный ресурс] / Ф.И. Шарков. – М : Дашков и Ко, 2016. – 407 с. // ЭБС «КнигаФонд».
3. Берёзкина О.П. ProductPlacement. Технологии скрытой рекламы / О.П. Берёзкина. — СПб.: Питер, 2009. — 208 с.
4. Блюм М.А. PR-технологии в коммерческой деятельности : учеб.пособ. / М.А. Блюм, Н.В. Молоткова. — Тамбов : ТГТУ, 2004. — 104 с.
5. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR : учебное пособие / Б.Л. Борисов. — М.: Фаир-Пресс, 2001. — 624 с.
6. Игнатова А. К. Проблемы и технологии PR-работы с АРТ-рынком // Вестник Московского университета. — // 2008. — №4. — С. 120-129.
7. Кузякин А.П. Реклама и PR в мировой экономике : учеб.пособ. / А.П. Кузякин, М.А. Семичев. — М. : ТК Велби, 2002. — 320 с.
8. Мамонтов А. А. Практический PR : Как стать хорошим PR-менеджером.. — СПб. : Питер, 2011.
9. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации : учеб. пособие / Б.Р. Мандель. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 205 с.

Дополнительная литература:

10. Синяева, И.М. Реклама и связи с общественностью : учеб.для бакалавров/ И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов ; Финансовый ун-т при правительстве РФ. – М :Юрайт, 2014. – 552 с.
11. Шарков, Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны») : учебное пособие [Электронный ресурс] / Ф.И. Шарков. – М : Дашков и Ко, 2017. – 260 с. // ЭБС «КнигаФонд».

Информационные ресурсы:

1. <https://glava-lnr.info/dokumenty/zakony/zakon-o-reklame>

Примечание: перечень рекомендуемой литературы не исчерпан. Студенты, слушатели могут использовать и другие источники, особенно новейшие периодические издания.