

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Джефкинс Ф. Реклама : учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 53 с.
2. Антипов К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М. : Дашков и К, 2015. — 326 с.
3. Рекламная деятельность : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, Т.К. Серегина и др. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К, 2003. — 364 с.
4. Карпова С. В. Рекламное дело : учеб.-метод. пособие и практикум / С. В. Карпова. — М. : Финансы и статистика, 2007. — 224 с.

Дополнительная литература:

1. Берёзкина О. П. Product Placement. Технологии скрытой рекламы / О. П. Берёзкина. — СПб. : Питер, 2009. — 208 с.
2. Блюм М. А. PR-технологии в коммерческой деятельности: учеб. пособ. / М. А. Блюм, Н. В. Молоткова. — Тамбов : ТГТУ, 2004. — 104 с.
3. Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR : учебное пособие / Б.Л. Борисов. — М.: Фаир-Пресс, 2001. — 624 с.
4. Игнатова А. К. Проблемы и технологии PR-работы с АРТ-рынком // Вестник Московского университета. — // 2008. — №4. — С. 120-129.
5. Кузякин А. П. Реклама и PR в мировой экономике : учеб. пособ. / А. П. Кузякин, М.А. Семичев. — М. : ТК Велби, 2002. — 320 с.
6. Мамонтов А. А. Практический PR : Как стать хорошим PR-менеджером. — СПб. : Питер, 2011.
7. Мандель Б.Р. PR: методы работы со средствами массовой информации: учеб. пособие / Б.Р. Мандель. — М. : Вузовский учебник, 2009. — 205 с.