

Інформаційні ресурси:

1. Белановский С.А. Метод интервью в исследованиях экономических процессов [Электронный ресурс] / С.А. Белановский // Научный доклад на соискание ученой степени доктора социологических наук Российская Академия Наук Институт Народнохозяйственного Прогнозирования. – Режим доступа: <http://socioline.ru/pages/belanovskijmetod-intervyu-v-issledovaniyahekonomicheskikh-protsestsofov>
2. Бутильская Л.В. Заговоры и реклама: сравнительный анализ [Электронный ресурс] / Л.В. Бутильская // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология – 2010. – №2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/zagovory-i-reklama-sravnitelnyy-analiz>
3. Быстрянец С.Б. Модели в социологии [Электронный ресурс] / С. Быстрянец // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А.И. Герцена – 2009. – №118. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/modeli-v-sotsiologii>
4. Васильчук В. Реклама для дітей: оцінно-модальний аспект [Електронний ресурс] / В. Васильчук // Лінгво-соціокультурні концепції комунікативних моделей. – ЛНУ. – 2012. – Режим доступу: <http://journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n11/tv11-17.pdf>
5. Зотова О.И. Рекламные технологии как системообразующая основа маркетинга продвижения [Электронный ресурс] / О.И. Зотова // Журнал Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки – 2010. – № 1-2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/reklamnye-tehnologii-kaksistemoobrazuyuschaya-osnova-marketinga-prodvizheniya>