Рекомендована література
з курсу «Емпіричні соціологічні дослідження реклами»

Основна:

1. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. — С.-Пб.: Питер, 1999. —430 с.
2. Бове К., Аренс В. Современная реклама. — Нью-Йорк, 1999.—900 с.
3. Гермогенова Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. — М.: Руспартнер Лтд., 1994.— 224 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Экономика, 1980.— 176 с.
5. Крылов И. Маркетинг (Социология маркетинговых коммуникаций). —М.: Центр, 1998.-230 с.
6. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Экспериментальная психология в российской рекламе. — М.: Академия. 1995.— 130 с.
7. Лисица Н. М. Маркетинговые коммуникации в международном бизнесе. Харьков: ХГЭУ, 2001. – 150 с.
8. Лисиця Н. М. Полякова Я. О. Соціально-економічні аспекти розвитку рекламної діяльності. Наукове видання — Харків: Вид-во ХНЕУ, 2007. — 232 с.
9. Лисиця Н. М., Рогожин В. Д., Юрченко В. В. Международный маркетинг. Харков: ИД "Инжэк", 2004. - 165 с.
10. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы: Учебное пособие. – М.: Изд-во «Финпресс», 2007. – 416 с.

Додаткова:

1. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Прогресс, 1984. – 284 с.
2. Белановский С. А. Метод фокус-групп. – М.: Магистр, 1996. – 272 с.
3. Блэкуэлл Д., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей / пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой. — Изд. 9-е. — СПб. : Питер, 2002. — 624 с.
4. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М. : Рудомино, 2001. – 218 с.
5. Бодуан Жак-Пьер. Управление имиджем компании. Паблик рилейшинз: предмет и мастерство / Пер. с фр. – М.: Консалтинтовая группа "ИМИДЖ-Контакт": ИНФРА, 2001. – 236 с.
6. Борисов Б. Л. Реклама и паблик рилейшнз. Алхимия власти. – Рига: БРИ, 1997. – 152 с.
7. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
8. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
9. Брейс А. Анкетування: Розробка опитних листів, їх роль і значення при проведенні ринкових досліджень /Пер. з анг. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2005. – 336с.
10. Гринберг Т. Э. Политическая реклама: портрет лидера. – М.: Изд. МГУ, 1995. – 104 с.
11. Джи Б. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение. – М.: Центр, 1999. – 416 с.
12. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации / Дридзе Тамара Моисеевна. — М. : Наука, 1984. — 268 с.
13. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда: Метод социологии /Пер. с фр. – М.: Наука, 1990. – 576 с.
14. Журженко Т. Ю. Бизнесмен: стяжатель, игрок или творец? (Становление предпринимательского этоса). – Х.: Основа, 1993. – 118 с.

15. Зимбардо Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб. : Питер, 2000. — 448 с.
16. Зиммель Г. Философия денег // Теория общества. Сборник. – М.: “КАНОН-пресс-Ц”,“Кучково поле”, 1999. – С. 309 – 383.
17. Ильин В. И. Поведение потребителей / В. И. Ильин. — СПб. : Питер, 2000. — 224 с.
18. Ионин Л. Г. Социология культуры / Л. Г. Ионин. — М. : Прогресс, 1996. — 278 с.
19. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. – М.: ГУВШЭ, 2000. – 608 с.
20. Козловски П. Принципы этической экономики / Пер. с нем. – СПб.: Эконом. школа, 1999. – 340 с.
21. Костенко Н. В. Ценности и символы в массовой коммуникации. – К.: Наукова думка, 1993. – 130 с.
22. Лисиця Н. М., Конакова О.І., Мірошніков В.І. Маркетинг і суспільство. Навч. посібник. К.: ІСДО, 1993 – 132 с.
23. Лисица Н. М. Реклама как социальная технология в информационной практике СМИ. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління вип.2(47), с. 11 – 16.
24. Лисиця Н. М. Реклама как фактор формирования потребительской компетентности. Зб. науков. праць: Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства, Харк. нац. універ. ім. В.Н.Каразіна, 2007, с. 459 – 462.
25. Лисиця Н. М. Символічний простір в системі рекламних комунікацій. Збірник наук. праць Донецького ДУУ, том VIII, сер. "Спеціальні та галузеві соціології", вип. 3(80), Донецьк, 2007, с. 145 – 149.
26. Лисиця Н. М. Социальная компетенция в рекламном дискурсе. Вісник Харк. нац. універ. ім Каразіна, № 723, 2006, с. 175 – 179.
27. Лисица Н. М. Социально-культурное разнообразие в рекламе как стимул привлечения потребителей. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. Наук. Праць. У 2-х т. Т.1. – Х., 2006., с. 372 – 376.
28. Мельник Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Университет, 1996. – 160 с.
29. Моисеев В.А. PR, теория, практика. — К.: Вира-р, 1999.— 378 с.
30. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Армадапресс, 2002. – 688 с.
31. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 240 с.
32. Нельсон Р. Эволюционная теория экономических изменений. – М.: Финстатинформ, 2000. - 476 с.
33. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. – М.: Фонд эконом. книги «Начала», 1997. – 188 с.
34. Овсянников А.А. Типология потребительского поведения / А. А. Овсянников, И. И. Петтай, Н. М. Римашевская. — М. : Наука, 1988. — 239 с.
35. Потребление как коммуникация. Российский и американский контексты /Ильин В.И. – СПб.: Интерсоцис, 2007. – 190 с. (Спецвыпуск журнала ССА).
36. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 1999. – 352 с.
37. Пронина Е. Е. Психологическая экспертиза рекламы. – М.: РИП-холдинг, 2000. – 100 с.
38. Рощина Я. М. Социология потребления / Я. М. Рощина. — М. : ГУ-ВШЭ, 2007. — 447 с.
39. Саркисян Б. Победа на переговорах. — С.-Пб.: Питер, 1998. - 276 с.

14. Інформаційні ресурси

1. http://www.ecsoc.msses.ru/Mag.html – електронний журнал "Экономическая социология".
2. http://www.wciom.ru/vciom/magazine/descript/bottom.asp – інформаційний бюлетень Всеросійського центру вивчення суспільної думки "Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены".
3. http://www.isras.rssi.ru/R_SocIs.htm – журнал "Социологические исследования".

- http://www.nir.ru/socio/scipubl/4M.htm – журнал "Социология: методология, методы, математические модели".
- http://www.nir.ru/socio/scipubl/socjour.htm – "Социологический журнал".
- http://www-psb.ad-sbras.nsc.ru/regw.htm – журнал "Регион: экономика и социология".