***Основна:***

1. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу з ЗМІ // Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики, 2007. – 215 с.
2. Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама: Пер. с англ. – Тольятти: Изд.-й дом "Довгань", 1995. – 661 с.
3. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. — М.: Издательский дом “Вильямс”, 2004. — 432 с.
4. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник: пер. з 4-го англ. вид. / Доповнення і редакція Д. Ядіна. – К.: Знання; КОО, 2001. – 456 с.
5. Евстафьев В. А. Журналистика и реклама: Основы взаимодействия (опыт теоретического исследования). – М.: ИМА-Пресс, 2001. – 263 с.

6. Королько *В*. *Г.* Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика/Підручник.2-е вид.-я, доп.-К.: ВД "Скарби", 2001

 ***Додаткова:***

1. Добровольский Е., Карабанов Б. Бюджетирование шаг за шагом. — “Питер”, 2007. — 448 с.
2. Иванова К. Копирайтинг: Секреты составления рекламных и PR-текстов. — СПб; “Питер”, 2007. — 320 с.
3. Кочеткова А. Медиапланирование. — Москва; “Академия рекламы”, 2003. — 173 с.
4. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. — СПб.; “Питер”, 2003. —368 с.
5. Музыкант В. Л.Теория и практика современной рекламы: В 2 ч. – М.: Евразийский регион, 1998. – Ч. 1. – 400 с. – Ч. 2. – 328 с.
6. Олве Н.-Г., Петри К.-Й. Баланс между стратегией и контролем.— СПб; “Питер”, 2007. — 320 с.
7. Салига П*.* Затвердження видавничих макетів у замовника - К.: ЖОВТА СТРІЛА. 2006. - 32 с.
8. Яненко Я. Заказ и размещение рекламы. Как это правильно сделать. — СПб; “Питер”, 2007. — 224 с.

 15. Мейтленд Ян. Рабочая книга PR-менеджера. — СПб; “Питер”, 2007. — 176 с.

 ***Джерела в мережі Інтернет:***

1. <http://www.reklamaster.kiev.ua>

2. http://adfestival.com.ua/rus/news.php

3. www.brand.kiev.ua

4. <http://admarket.ru/news>