**Рекомендована література**

**Основна**:

1. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник; — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 200 с.
2. Бугрим В. Реклама інформаційної продукції (конспект лекцій) // Режим доступу http:// journlib.univ.kiev.ua/
3. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 7. – ст.36.
4. Закон України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – 181 c.
5. Ковалевська Т. Реклама та РR в масовоінформаційному просторі / Т.Ковалевська, Н.Кондратенко. – Одеса: Астропринт, 2009. – 400 с.
6. Сэндидж И. Реклама: теория и практика / Сэндидж И., Фрайбургер В., Ротцолл К. – М.: Прогресс, 1989. – 630 с.
7. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз / В.А.Мойсеєв. – К.: Академвидав, 2007. – 225 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз /Г.Г.Почепцов. – К.: Знання, 2003. – 373 с.
9. Санакоєва Н.Д.Теорія та історія реклами /Н.Д.Санакоєва. – Запоріжжя: Просвіта, 2014. – 126 с.

**Додаткова**

1. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Моногр. / В.Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Бутенко Н. Соціальна психологія в рекламі: Навч. посіб. / Н.Бутенко – К.: КНЕУ, 2006. – 384 с.
3. Орлов В. Магия твоих текстов / В.Орлов. – М.: Powerbooks, 2011. – 75 с.
4. Петрова Н. Медіа-право / Н.Петрова, В.Якубенко. – К.: Київська типографія, 2007. – 280 с.
5. Ученова В. История рекламы, или метаморфозы рекламного образа / В.Ученова, Н.Старых. – СПб.: Питер, 2003. – 304 с.

**Інформаційні ресурси**

1. Бугрим В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу / В.Бугрим [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=262>
2. Бурлака А. Символічна знаковість рекламної продукції в процесі інформативнокомунікативних відносин / А.Бурлака [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=263>
3. Васьківський Ю. Криза реклами в медіах: соціокультурні наслідки / Ю.Васьківський, І.Тихолаз [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/Tir/2010\_9\_1/index.html
4. Волосожар С. Особливості побудови рекламного тексту / С.Волосожар [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/Tir/2010\_9\_1/index.html
5. Грицюта H. Оманлива реклама як історико-соціальний феномен порушення професійної етики та суспільної моралі / Н.Грицюта [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=290>
6. Лук’янець Т. Маркетингова політика комунікацій / Т.Лук’янець [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://library.if.ua/books/126.html>
7. Лук'янець Т. Символи та знаки в телевізійній рекламі мобільних операторів / Т.Лук’янець [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=263>
8. [Маєвський](http://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Vidomosti_Avtory.htm) О. До проблеми правового регулювання прихованої реклами в мас-медіа України та закордоном / О.Маєвський [Електронний ресурс] Режим доступу: http//www.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk 26
9. Фесенко В. Правове регулювання рекламної діяльності / В.Фесенко [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2828>
10. Фурманкевич Н. E-mail маркетинг та особливості розвитку бренда як фактора реклами Н.Фурманкевич [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tir/2010_9_1/index.html>
11. Цушко І. Специфіка розробки стратегії телевізійної рекламної кампанії / І.Цушко [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=263>