**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

1. Яненко Я. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації. Суми: Сумський державний університет, 2018. 300с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/70957
2. Ковалевська Т., Кондратенко Н. Реклама та РR в масовоінформаційному просторі Одеса: Астропринт, 2009. 400 с.
3. Санакоєва Н. Психологічні основи реклами та PR Запоріжжя: ЗНУ, 100с.

**ДОДАТКОВІ ДЖЕРЕЛА**

1. Бутенко Н. Соціальна психологія в рекламі. Київ: КНЕУ, 2006. 384 с.
2. Кальба Я. Психологічні механізми впливу реклами на свідомість та поведінку людини. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави:* [зб.наук.праць / Заг. ред. М.М.Слюсаревський та ін.]. Київ: Міленіум, 2011. Вип. 27 (30). С. 157-167.
3. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 368 с.
4. Мокшанцев Р.И. Психология рекламы. Москва: Инфра-М, 2000. 230 с.
5. Миронов Ю. Основи рекламної діяльності: навчальний посібник. URL:: <http://tourlib.net/books_others/reklama.htm>
6. Примак Т. Маркетинг. Київ: МАУП, 2004. 228 с.
7. Яненко Я.В. «Святкова» та «акційна» реклама: соціалізаційний аспект. *Вісник Київського національного університету ім.Тараса Шевченка*. Серія Журналістика. 2017. Вип. 2 (23). С. 42–46. http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/675012.
8. Яненко Я.В. Особенности новых медиа: человекоцентричность, сторителлинг, социализационное влияние. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика.* 2018. № 1. С. 12–18. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68033

**ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

1. Бугрим В. Комунікативно-технологічні матриці побудови ефективного іміджу. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=262>
2. Бурлака А. Символічна знаковість рекламної продукції в процесі інформативнокомунікативних відносин. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=263>
3. Васьківський Ю. Криза реклами в медіах: соціокультурні наслідки. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tir/2010_9_1/index.html>
4. Грушевська Ю. Дослідження мотивів поведінки молоді з метою виявлення ідей для соціальної реклами. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/Tir/2010\_9\_1/index.html
5. Кальба Я. Психологія мас: навчальний посібник. URL :  http://www.bohdanbooks.com/userfiles/file/books/lib\_file\_1025935280
6. Лук’янець Т. Маркетингова політика комунікацій URL :  <http://library.if.ua/books/126.html>
7. Орбан-Лембрик Л. Соціальна психологія. URL : http://pidruchniki.ws/1584072039084/psihologiya/sotsialnapsihologiya-\_orban-lembrik
8. Різун В. Маси URL : <http://www.altshuller.ru/>
9. Різун В. Природа й структура комунікативного процесу. URL : <http://www>. journ.univ.kiev.ua/.
10. . Різун В. Теорія масової комунікації. URL :  <http://www>. journ.univ.kiev.ua/.