### Соціологія реклами

### Рекомендована література

**Базова**

1. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г.Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>
2. Федотова Л. Социология рекламной деятельности: Учебник. — М.: Гардарики, 2002. — 272 с.
3. Лисиця Н. М. Соціологія реклами : навч. посібн. / Н. М. Лисиця, Ю. В. Бєлікова. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. – 276 с.
4. Савельєва О. Социология рекламного воздействия. — М.: «РИП-холдинг», С12 2006. — 284 с.
5. Джефкінс Ф. Реклама. Практичний посібник: Вид.4 - К.: Знання, 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://westudents.com.ua/knigi/290-reklama-djefkns-f.html>
6. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.

**Допоміжна**

1. Акша Р. Создание эффективной рекламы : практическое руководство по креативной деятельности / Р. Акша. – М. : Вершина, 2003. –268 с.
2. Батра Р., Майерс Дж., Аакер Д. Рекламный менеджмент. — С.-Пб.: Питер, 1999. —430 с.
3. Бєлікова Ю. В. Гендерні бізнес-ідентичності та реклама : [монографія] / Ю. В. Бєлікова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 160 с.
4. Бєлікова Ю. В. Гендерні ідентичності й особливості розвитку реклами в Україні : шляхи взаємопроникнення / Ю. В. Бєлікова // Український соціум : науковий журнал. – Київ, 2006. – № 3–4 (14–15). – С. 26–32.
5. Бєлікова Ю. В. Реклама крізь призму соціології емоцій / Ю. В. Бєлікова // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: матеріали наукової конференції (Донецьк). – Донецьк : ДонДУУ, 2010. – С. 130–136.
6. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 624 с.
7. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности / Г. А. Васильева. – М. : Юнити-Дана, 2004. – 414с.
8. Гончаренко О. Какая реклама нужна украинцам / О. Гончаренко // Отдел маркетинга. – 2006. – № 6. – С.38–43.
9. Грошев И. В. Гендерные образы рекламы / В. И. Грошев // Вопросы психологии. – 2000. – № 6. – С.39–49.
10. Грошев И. В. Рекламные технологии гендера / В. И. Грошев // Общественные науки и современность. – 2000. – № 4. – С.172–187.
11. Закон України «Про рекламу» від 29.06.2010, № 2367-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2010. – № 34. – ст. 486.
12. Ильин В. И. Поведение потребителей / В. И. Ильин. — СПб. : Питер, 2000. — 224 с.
13. Лисица Н. М. Реклама как социальная технология в информационной практике СМИ. Збірник наукових праць Донецького державного університету управління вип.2(47), с. 11 – 16.
14. 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.
15. 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.
16. 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.
17. Лисиця Н. М. Социальная компетенция в рекламном дискурсе. Вісник Харк. нац. універ. ім Каразіна, № 723, 2006, с. 175 – 179.
18. Лисиця Н. М., Конакова О.І., Мірошніков В.І. Маркетинг і суспільство. Навч. посібник. К.: ІСДО, 1993 – 132 с.
19. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы: Учебное пособие. – М.: Изд-во «Финпресс», 2007. – 416 с.
20. Мельник Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Университет, 1996. – 160 с.
21. Моисеев В.A. PR, теория, практика. — К.: Вира-р, 1999.— 378 с.
22. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Армадапресс, 2002. – 688 с.
23. Сурмин Ю. П., Туленков Н. В. Методология и методы социологических исследований: Учебное пособие. – К.: МАУП, 2000. – 304 с.
24. Теременко Б. С. Реклама и современная культура: аспект взаимодействия // Общественные науки и современность. — 2002. — № 1. — С. 184―191.
25. Крилов А. Рекламная стратегия : постановка задачи и оценка эффективности / А. Крилов // Рекламные технологии. –2003. –№ 8. – С. 2–6. Лисиця Н. М. Образи жінки і чоловіка в сучасній рекламі / Н. М. Лисица // Філософія : науковий вісник. – Харків : ХДПУ. – 1999. – Вип. 3. – С.11–15.