

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки
Бібліотека

Теорія і практика міжнародної реклами

Науково-допоміжний бібліографічний покажчик

ЛУЦЬК – 2014

Мета бібліографічного покажчика – з найбільшою повнотою подати бібліографічну інформацію по дисципліні «Теорія і практика міжнародної реклами», яка вивчається у Східноєвропейському національному університеті ім. Лесі Українки (факультет міжнародних відносин) для забезпечення навчальної і науково-дослідної роботи студентів.

Бібліографічні матеріали згруповано за розділами:

1. *Історія та основні етапи розвитку реклами*
2. *Реклама як масове мистецтво XXI ст.*
3. *Політична реклама*
4. *Етичні та правові основи рекламної діяльності*
5. *Міжнародна реклама*
6. *Реклама в зарубіжних країнах*

Розміщення джерел у межах розділів – за алфавітом прізвищ авторів або за назвою документа. Позиції пронумеровані. Всі описи мають шифр, що полегшить пошук літератури.

Література, яка вміщена в покажчику, є наявною у фондах бібліотеки.

І. РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ

1. Історія та основні етапи розвитку реклами

1. Акша Р. Создание эффективной рекламы : практическое руководство по креативной деятельности / Р. Акша. – М. : Вершина, 2003. – 272 с.
76.0
А 44
2. Александров Ф. Хроники российской рекламы : учеб. пособие для студентов / Ф. Александров. – М. : Гелла-принт, 2003. – 344 с.
65.9(4РОС)42я7
А 46
3. Бобылева М. П. Рекламный менеджмент: основы профессиональной деятельности / М. П. Бобылева. – М. : ООО журн. "Управление персоналом", 2004. – 240 с.
76
Б 72
4. Владимирська Г. О. Реклама : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирська ; М-во освіти і науки України. – К. : Кондор, 2006. – 336 с.
65.47я73
В 57
5. Волгин В. В. Публичные отношения и реклама / В. В. Волгин // Индивидуальный бизнес. – М., 2001. – С. 235-262.
65.9(4УКР)09я73
В 67
6. Гольман И. А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация : учеб. для студентов вузов / И. А. Гольман. – 2-е изд., перераб. и дополн. – М. : Гелла-принт, 2002. – 390 с.
65.9(4РОС)42
Г 63
7. Горбач Ю. Реклама та інші оголошення на сторінках газети "Громадська думка" (1905-1906): інформаційний потенціал / Ю. Горбач // Наукові записки : зб. пр. молодих вчених та асп. / НАН України, Ін-т укр. археографії та джерелознавства ім. М. С. Грушевського ; [редкол.: П. С. Сохань та ін.]. – К., 2012. – Т. 24. – С. 409-421.
63.2
І-71
8. Джефкінс Ф. Реклама : практ. посіб. / Ф. Джефкінс ; ред. Д. Ядіна ; пер. з англ. О. О. Чистякова. – 4-е вид. – К. : Знання, 2001. – 456 с.
65.050
Д 40

9. Дяченко Т. О. Реклама: минуле, сучасне, майбутнє / Т. О. Дяченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – № 5. – С. 86-88.
10. Захаренко-Селезньова А. М. Методи оцінки ефективності рекламної кампанії / А. М. Захаренко-Селезньова // Науковий вісник. – Полтава, 2007. – С. 92-97.
- 65я5
П 52
11. Земцова М. Реклама 2010-2020 гг. : выход на новый горизонт мышления / М. Земцова // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 5. – С. 38-39.
12. Калиночкина А. В. Роль рекламы и ее классификация / А. В. Калиночкина // Проблемы реалізації науково-творчого потенціалу молоді : пошуки, перспективи : зб. матеріалів X наук.-практ. конф. молодих науковців, 21 берез. 2008 р. – Павлоград, 2008. – С. 257-259.
- 65.29
П 78
13. Карпенко Ю. М. Основні тенденції розвитку регіональних ринків зовнішньої реклами / Ю. М. Карпенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7. – С. 184-191.
14. Кнорре К. Наружная реклама / К. Кнорре. – М. : Бератор-Пресс, 2002. – 192 с.
- 65.42
К 53.
15. Коваль Г. І. Світовий ринок рекламних послуг на початку ХХІ століття : тенденції і перспективи розвитку / Г. І. Коваль // Волинський держ.ун-т імені Лесі Українки. Науковий вісник / ВДУ ім. Лесі Українки ; голов. ред. І. Я. Коцан. – Луцьк, 2007. – № 7. – С. 107-109.
- 66.4я54
В 67
16. Курчин О. Історія виникнення та розвитку зовнішньої реклами / О. Курчин // Правничий часопис Донецького університету. – 2010. – № 2. – С. 15-155.
17. Лейн У. Р. Реклама : пер. с англ. / У. Р. Лейн, Д. Т. Рассел. – СПб. : Питер, 2004. – 538 с.
- 65.050
Л 42
18. Ляпина Т. В. Бизнес и коммуникации, или Школа современной рекламы / Т. В. Ляпина. – К. : Альтпрес, 2002. – 336 с.
- 76.0
Л 97
19. Мороз П. Особливості реклами як історичного джерела (методика роботи в умовах дослідницького навчання) / П. Мороз // Історія і

суспільствознавство в школах України: теорія та методика викладання. – 2013. – № 5. – С. 11-17.

20. Морозова И. Г. Рекламный сталкер. Теория и практика структурного анализа рекламного пространства : учеб. пособие / И. Г. Морозова. – М. : Гелла-принт, 2002. – 272 с.

76.0я7
М 80

21. Обрителько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій / Б. А. Обрителько ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – К. : МАУП, 2002. – 240 с.

76.0я7-2
О-24

22. Пирогова Т. Реклама благотворительности в годы Первой мировой войны / Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 9. – С. 72-76.

23. Пирогова Т. Реклама 1950-х: целевая аудитория – зарубежный потребитель / Т. Пирогова, И. Солдатенко // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 5. – С. 70-74.

24. Пирогова Т. Советская реклама в 1950-е годы / Т. Пирогова, И. Солдатенко // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 4. – С. 72-75.

25. Ромат Е. Детство автомобильной рекламы. Российская империя / Е. Ромат, Т. Пирогова // Маркетинг и реклама. – 2013. – № 7/8. – С. 98-108.

26. Савельева О. О. Светлое будущее как реальность, или "большой стиль" в рекламе / О. О. Савельева // Человек. – 2009. – № 6. – С. 88-104.

27. Ученова В. В. История рекламы : учеб. пособие / В. В. Ученова, Н. В. Старых. – 2-е изд. – СПб. [и др.] : Питер, 2002. – 304 с.

76.0я73
У 91

2. Реклама як масове мистецтво ХХІ ст.

28. Агарков О. А. Соціальна реклама як інструмент профілактики негативних явищ в українському суспільстві: регіональний аспект / О. А. Агарков // Український соціум. – 2013. – № 4. – С. 151-160.

29. Акаймова А. Символічне втілення інтертекстуальності рекламних повідомлень та вплив ментальних особливостей реципієнтів та їх сприйняття / А. Акаймова // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України / НАН України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса ; голов. ред. Ю. А. Левенець ; редкол.: Т. А. Бевз [та ін.]. – К., 2013. – Вип. 4 (66) (липень-серпень). – С. 181-192.

66.0я54
І-71

- 30.Альварс Х. Соціальна реклама в сучасній цивілізації / Х. Альварс // Маркетинг і реклама. – 2012. – № 5. – С. 69-74.
- 31.Анар Р. А. Роль соціальної реклами у вирішенні актуальних соціальних проблем / Р. А. Анар // Економіка та держава. – 2011. – № 5. – С. 94-95.
- 32.Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підруч. для студ. ВНЗ / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – К. : Центр учб. л-ри, 2013. – 392 с.
- 65.47я73
Б 20
- 33.Балик У. О. Обґрунтування витрат на рекламу в системі стратегічного менеджменту / У. О. Балик // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" / відп. ред. О. Є. Кузьмін. – Л., 2008. – № 635 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 3-6.
- 65я54
Л 88
- 34.Батаєва К. Гендерна візуальність сучасної реклами / К. Батаєва // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2010. – № 3. – С. 126-153.
- 35.Бебик В. Соціально-психологічні аспекти політичної реклами в мас-медіа / В. Бебик, Н. Трач // Соціальна психологія. – 2008. – № 1. – С. 51-59.
- 36.Берштант А. Б. Соціальна реклама книги / А. Б. Берштант // Библиотечковедение. – 2008. – № 6. – С. 72-76.
- 37.Беца І. І. Інфраструктурне забезпечення державного регулювання рекламної діяльності на регіональному рівні / І. І. Беца // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 17. – С. 118-122.
- 38.Блинкина-Мельник М. М. Рекламний текст : задачник для копірайтерів / М. М. Блинкина-Мельник. – М. : ОГИ, 2003. – 200 с.
- 76
Б 69
- 39.Богданова О. Значущі тенденції рекламного ринку / О. Богданова // Журналіст України. – 2013. – № 11. – С. 37-38.
- 40.Бойко А. Особливості текстової композиції буклетних видань / А. Бойко // Scripta manent : молодіж. наук. вісн. Ін-ту філол. та журналістики : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України [та ін.] ; [редкол.: Ю. В. Громик та ін.]. – Луцьк, 2014. – С. 156-158.
- 80я43
С 45
- 41.Бочко О. Ю. Сутність та переваги використання "product placement" у сучасних умовах / О. Ю. Бочко, У. В. Росола // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол.: Л. Г. Ліпич та ін.]. – Луцьк, 2010. – № 19 : Економічні науки. – С. 4-7.

65я54

В 67

- 42.Бугрим В. В. Соціальна реклама як гуманістична комунікація суспільства / В. В. Бугрим // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2006. – Вип. 65, ч. 1. – С. 15-21.

66.4я54

А 43

- 43.Булах Т. Роль соціальної реклами в підвищенні збуту видавничої продукції / Т. Булах // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 11. – С. 6-8.

- 44.Булахова Г. Бібліотеки в соціальних мережах та блогосфері як засіб рекламування / Г. Булахова // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського : збірник / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. бібліотек України ; редкол.: О. С. Онищенко [та ін.]. – К., 2013. – Вип. 36. – С. 192-199.

78.3я54

Н 34

- 45.Булахова Г. Бібліотечна реклама як засіб комунікації / Г. Булахова // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського : збірник / Нац. акад. наук України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України ; редкол.: О. С. Онищенко [та ін.]. – К., 2011. – Вип. 30. – С. 150-160.

78

Н 34

- 46.Булахова Г. Виставкова діяльність у рекламній стратегії бібліотек / Г. Булахова // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського : збірник / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. бібліотек України ; редкол.: О. С. Онищенко [та ін.]. – К., 2013. – Вип. 35. – С. 556-566.

78.3я54

Н 34

- 47.Булахова Г. Реклама бібліотек як вид соціальної реклами / Г. Булахова // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського : збірник / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. бібліотек України ; редкол.: О. С. Онищенко [та ін.]. – К., 2012. – Вип. 33. – С. 131-137.

78.3я54

Н 34

- 48.Булахова Г. Рекламна діяльність бібліотек в умовах розвитку електронних технологій / Г. Булахова // Бібліотека і розвиток доступу до правової та соціально значущої інформації : зб. матеріалів Міжнар. наук. конф. "Інноваційна модель наукової бібліотеки ХХІ століття" (Київ, 9-10 жовт.,

2012 р.) / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. бібліотек України ; [наук. ред. Т. Гранчак]. – К., 2012. – С. 45-49.

78.36

Б 59

49.Булик Ю. В. Рекламний текст у релігійній сфері / Ю. В. Булик // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – № 1. – С. 97-101.

50.Бурейчак Т. С. Рекламні стратегії конструювання нормативних гендерних дискурсів : на прикладі сучасної української телереклами / Т. С. Бурейчак // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна / М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [голова редкол. Н. Черниш]. – Л., 2008. – Вип. 2. – С. 227-242.

60.5я5

Л 89

51.Василенко И. А. Роль рекламы в формировании ценности семьи / И. А. Василенко // Социология. – 2008. – № 3. – С. 24-29.

52.Васильева Л. А. Социально-философское осмысление феномена рекламы / Л. А. Васильева // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Теорія культури і філософія науки / М-во освіти і науки України, Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна ; [редкол.: Я. М. Білик та ін.]. – Х., 2011. – № 958-1. – С. 44-49.

71я54

X 21

53.Водоп'янова К. О. Дитячий образ в телерекламі / К. О. Водоп'янова // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2007. – № 4. – С. 107-111.

54.Волосожар С. Особливості побудови рекламного тексту / С. Волосожар // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / [М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол. : В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2010. – Вип. 9, ч. 1. – С. 299-305.

76я54

T 31

55.Ворначев А. О. Структурна організація текстів англomовної реклами авто та її складові як засіб реалізації прагматичного завдання у сфері масової комунікації / А. О. Ворначев // Актуальні проблеми розвитку суспільства: історична спадщина, реалії та виклики ХХІ століття : матеріали 4-ї Міжнар. наук.-практ. конф. – Луцьк, 2006. – С. 43-46.

63.3(4УКР)

A 43

56.Гараніна І. І. Механізм оцінювання ефективності рекламного повідомлення нової марки / І. І. Гараніна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" / М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львівська політехніка" ; відп. ред. Є. В. Крикавський. – Л., 2012. – № 749 : Логістика. – С. 139-143.

65я54

Л 89

- 57.Геращенко Е. Д. Коммуникативно-стратегические аспекты рекламного дискурса / Е. Д. Геращенко // Вісник ХДУ / Харків держ. ун-т. – Х., 1999. – № 424: Романо-германська філологія. – С. 13-17.

81.47

В 53

- 58.Глушкова Т. Інноваційні рекламні технології: функціональний аспект / Т. Глушкова // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи : матеріали 5 Всеукр. наук.-практ. конф. молодих науковців (Луцьк, 16-17 трав. 2014 р.) / М-во освіти і науки України, Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т філології та журналістики ; [наук. ред. С. Кравченко ; упоряд. М. Рожило]. – Луцьк, 2014. – С. 37-40.

76я431

М 31

- 59.Горлачова В. В. Заимствования в современном тексте туристической рекламы / В. В. Горлачова // Проблеми вивчення і викладання російської мови та літератури в полікультурному просторі ХХІ століття : матеріали ІІІ Міжнар. наук.-метод. семінару, Луцьк, 23-24 листоп. 2011 р. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України [та ін.], [ред.: І. А. Колтуцька, Т. В. Полежаєва]. – Луцьк, 2012. – С. 47-51.

81.411.2

П 78

- 60.Горожанов Ю. Особливості редакційно-видавничої підготовки рекламних текстів / Ю. Горожанов // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. студ. і асп. (14-15 трав. 2012 р.) / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. – Луцьк, 2012. – Т. 2. – С. 147-149.

72.4(4УКР-4ВОЛ)

М 34

- 61.Горожанов Ю. Рекламний текст у сучасних лінгвістичних дослідженнях / Ю. Горожанов // Волинь філологічна: текст і контекст : зб. наук. пр. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т філол. та журналістики ; [редкол.: Г. Л. Аркушин та ін.]. – Луцьк, 2012. – Вип. 14 : Актуальні проблеми сучасного мовознавства. – С. 19-26.

81.411.1я54

В 67

- 62.Грачев Ю. Н. Реклама, выставки, ярмарки / Ю. Н. Грачев // Внешнеэкономическая деятельность / Ю. Н. Грачев. – М., 2000. – С. 383-394.

65.58.я7

63. Деленів М. С. Реклама в Інтернеті та шляхи підвищення її ефективності / М. С. Деленів // Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України : матеріали Першої наук.-практ. конф. молодих науковців, асп., здобувачів і студ. (13-14 листопада 2008 року) / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [відп. ред. Л. Г. Ліпич]. – Луцьк, 2008. – С. 59-61.

65.9(4УКР)

А 43

64. Демченко М. Перспективи сучасного ринку телевізійної реклами в Україні / М. Демченко // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / [М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2011. – Вип. 10. – С. 74-78.

76я54

Т 31

65. Дмитрієва В. В. Рекламне повідомлення як носій візуальної комунікації / В. В. Дмитрієва // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2008. – № 4. – С. 78-81.

66. Дурович А. П. Реклама в туризмі : учеб. пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2003. – 254 с.

65.43я73

Д 84

67. Дудечко Л. Специфіка вербальної репрезентації маніпулятивних технологій у сучасному рекламному дискурсі / Л. Дудечко // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2013. – № 3. – С. 52-55.

68. Еще раз к вопросу о роли рекламы // Маркетинг и реклама. – К., 2009. – 7/8. – С. 72-75.

69. Жалко Т. Й. Колір як джерело інформації про об'єктивну реальність (на прикладі комерційної реклами) / Т. Й. Жалко // Сучасні педагогічні технології : зб. наук. пр. / Відкритий міжнар. ун-т розв. людини "Україна" ; [редкол.: В. С. Зубович та ін.]. – Луцьк, 2012. – Вип. 2. – С. 211-216.

74я54

С 91

70. Журенко О. М. Міф у рекламі / О. М. Журенко // Економіка в школах України. – 2013. – № 11. – С. 25-28.

71. Исаенко Е. В. Организация и планирование рекламной деятельности : учеб. пособие для вузов / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 252 с.

76.0я73

И 85

72. Использование рекламы в социальных сетях для улучшения результатов // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 4. – С. 43-46.

73.Кабанец Ж. В. Особливості перекладу рекламного тексту / Ж. В. Кабанец, В. Б. Коновалова // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Акад. пед. наук України, Нац. техн. ун-т. "Харківський політехнічний інститут" за ред. Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКОГО, О. Г. РОМАНОВСЬКОГО. – Х., 2009. – Вип. 23-24 (27-28). – С. 395-403.

74я54

П 78

74.Карпчук Н. П. Маніпулятивні технології в рекламі / Н. П. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2009. – № 11 : Міжнародні відносини. – С. 118-121.

66.4я5

В 67

75.Каташевская Т. Язык рекламы / Т. Каташевская // Финансовый директор. – 2006. – № 6. – С. 64-65.

76.Качинська А. І. Інтернет-технологія ефективності сучасної віртуальної реклами / А. І. Качинська // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С. 197-201.

77.Киричук Л. Експресивність оцінної рекламної інформації / Л. Киричук // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки ; редкол.: Л. К. Оляндер [та ін.]. – Луцьк, 2000. – № 2 : Філологічні науки. – С. 266-269.

72(4УКР-4ВОЛ)

Н 34

78.Киричук Л. Категорія оцінки як критерій визначення функціонально-стильового статусу рекламного тексту (на матеріалі реклами журналу "Time") / Л. Киричук // Науковий вісник ВДУ / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки ; редкол.: Л. К. Оляндер [та ін.]. – Луцьк, 1999. – № 3 : Філологічні науки (Романо-германська філологія). – С. 127-131.

72(4УКР-4ВОЛ)

Н 34

79.Киричук Л. Комунікативні блоки оцінки в інформаційній моделі рекламного тексту / Л. Киричук // Науковий вісник ВДУ / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки ; голов. ред. І. Д. Олексеюк. – Луцьк, 1997. – № 5 : Романо-германська філологія. – С. 62-63.

72(4УКР-4ВОЛ)

Н 34

80.Киричук Л. М. Комунікативні особливості іміджу рекламного товару (на матеріалі англомовної реклами) / Л. М. Киричук // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / Волин. держ.

ун-т ім. Лесі Українки ; редкол.: Л. К. Оляндер [та ін.]. – Луцьк, 2001. – № 13 : Філологічні науки. – С. 172-174.

72(4УКР-4ВОЛ)я54

Н 34

- 81.Кічурчак М. Деякі аспекти реформування відносин власності у сфері мистецтва в Україні / М. Кічурчак // Вісн. Львів. нац. ун-ту ім. Івана Франка ; відп.. ред. С. М. Панчишин. – Л., 2005. – С. 79-87.

65я54

Л 89

- 82.Конюхова Л. Синтаксичні засоби сугестії в мові телереклами / Л. Конюхова // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: Б. Потятиник (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2011. – Вип. 34, ч. 1. – С. 231-236.

76я54

Л 89

- 83.Коробицын В. И. Социологические исследования ТВ и рекламы / В. И. Коробицын, Е. Н. Юдина. – М. : РИП-холдинг, 2006. – 200 с.

76

К 68

- 84.Кошелюк О. В. Архетипний вияв фемінного в сучасній телевізійній рекламі / О. В. Кошелюк // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – № 1. – С. 10-15.

- 85.Кульчицька А. В. Психолого-економічні особливості використання product placement у засобах масової комунікації / А. В. Кульчицька, О. В. Мисковець // Психологічні перспективи / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Ін-т соц. та політ. психології АПН України. – Луцьк, 2013. – Вип. 22. – С. 87-93.

88я54

П 86

- 86.Лащук Ю. Реклама як форма псевдокомунікації: культурологічний аналіз / Ю. Лащук // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ., 13-14 трав. 2009 р. / М-во освіти і науки України, Волин. обл. держ. адмін., Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2009. – Т. 1. – С. 177-178.

74.58(4УКР-4ВОЛ)

В 70

- 87.Лемешко Л. С. Структурно-прагматичні особливості рекламного дискурсу / Л. С. Лемешко // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2008. – № 5. – С. 40-43.

80я54

В 67

- 88.Ляпина Т. В. Бизнес и коммуникации, или Школа современной рекламы / Т. В. Ляпина. – К. : Альтпрес, 2002. – 336 с.
76.0
Л 97
- 89.М'яснянкiна Л. Вербальна iнформацiя в телевiзiйнiй рекламi / Л. М'яснянкiна // Теле- та радiожурналістика : зб. наук. пр. / [М-во освiти i науки, молодi та спорту України, Львiв. нац. ун-т iм. I. Франка ; редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та iн.]. – Л., 2011. – Вип. 10. – С. 253-259.
76я54
Т 31
- 90.М'яснянкiна Л. Категорiя авторитету в рекламному тексті / Л. М'яснянкiна // Вiсник Львiвського унiверситету. Серiя журналістика : зб. наук. пр. / Львiв. нац. ун-т iм. I. Франка ; [редкол.: Б. Потятиник (голов. ред.) та iн.]. – Л., 2011. – Вип. 34, ч. 1. – С. 284-289.
76я54
Л 89
- 91.М'яснянкiна Л. Оцiннiсть як лiнгвiстична категорiя й особливостi її прояву в рекламному тексті / Л. М'яснянкiна // Теле- та радiожурналістика : зб. наук.-метод. пр. / [Львiв. нац. ун-т iм. I. Франка ; редкол.: В.В. Лизанчук (голов. ред.) та iн.]. – Л., 2009. – Вип. 8. – С. 155-159.
76я54
Т 31
- 92.М'яснянкiна Л. Структурнi типи слоганiв у телевiзiйнiй рекламi / Л. М'яснянкiна // Теле- та радiожурналістика : зб. наук. пр. / Львiв. нац. ун-т iм. I. Франка ; [редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та iн.]. – Л., 2012. – Вип. 11. – С. 152-157.
76я54
Т 31
- 93.М'яснянкiна Л. Типи рекламного тексту / Л. М'яснянкiна // Теле- та радiожурналістика : зб. наук. пр. / [М-во освiти i науки України, Львiв. нац. ун-т iм. I. Франка ; [редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та iн.]. – Л., 2010. – Вип. 9, ч. 1. – С. 334-339.
76я54
Т 31
- 94.Мазуренко В. П. Методологiчнi аспекти вибору комунiкативної моделi реклами / В. П. Мазуренко, О. М. Мазуренко // Вiсник. Мiжнароднi вiдносини / Киiв. нац.ун-т iм. Т. Г. Шевченка. – К., 2003. – Вип. 25/28. – С. 285-288.
66.4(0)
М 58

95. Манько А. Поняття та напрямки рекламної діяльності туристичного підприємства / А. Манько, Т. Завадовський // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини : [зб. наук. пр.] / [Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: М. Мальський (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2012. – Вип. 29, ч. 1. – С. 90-99.
- 66.4я54
Л 89
96. Матанцев А. Н. 600 способів продвиження торгової марки / А. Н. Матанцев. – М. : Дело и Сервис, 2003. – 352 с.
- 65.42
М 33
97. Матанцев А. Н. Эффективность рекламы / А. Н. Матанцев. – М. : Финпресс, 2002. – 414 с.
- 76
М 33
98. Медведева Е. В. Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева. – Изд. 2-е., испр. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 279 с.
- 76
М 42
99. Михайлович-Гетто О. Термін у тексті масової реклами: емоційно-оцінна модальність / О. Михайлович-Гетто // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / [М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2010. – Вип. 9, ч. 2. – С. 248-253.
- 76я54
Т 31
100. Михайлович-Гетто О. П. Реклама в ЗМІ: індивідуальний та колективний типи конотації квазітерміна / О. П. Михайлович-Гетто // Поліграфія і видавнича справа : наук.-техн. зб. / Укр. акад. друкарства. – Львів, 2007. – Вип. № 2 (46). – С. 20-24.
- 37.8я54
П 50
101. Мозер К. Модели влияния рекламы / К. Мозер // Психология маркетинга и рекламы. – Х., 2004. – С. 98-125.
- 88.5
М 74
102. Музыкант В. Л. Теория и практика современной рекламы : учеб. пособие / В. Л. Музыкант. – М. : Евразийский регион, 1998. – 326 с.
- 66.0я73
М 89
103. Набруско І. Ю. Дешифрація рекламних символів: проблеми розуміння / І. Ю. Набруско // Вісник Київського національного

університету ім. Т. Шевченка / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка ; відп. ред. В. Б. Євтух. – К., 2007. – Вип. 27-28. – С. 19-22.

95.4(4УКР)

К 38

104. Назайкин А. Н. Современные подходы к организации медиарилейшнз / А. Н. Назайкин // Вестн. Москов. ун-та. Серия 10, Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 42-53.

105. Некрасов Р. Краудсорсинг активно вошел в обиход практически всех профессиональных рекламщиков / Р. Некрасов // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 6. – С. 30-31.

106. Новаківський І. І. Мобільна реклама та перспективи її розвитку / І. І. Новаківський, О. І. Дума // Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. – Л., 2010. – № 669 : Логістика. – С. 212-217.

65я54

Л 89

107. Новаківський І. І. Оцінювання ефективності Internet-реклами / І. І. Новаківський, Л. С. Любомудрова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" / відп. ред. Й. М. Петрович. – Л., 2009. – № 640 : Проблеми економіки та управління. – С. 175-182.

65я54

Л 89

108. Орлова В. Соціальні мережі – комунікативний канал ХХІ століття / В. Орлова // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 2. – С. 13-18.

109. Осипова Н. Редагування рекламних текстів з урахуванням професій їхніх авторів / Н. Осипова // Теле- та радіожурналистика : зб. наук. пр. / [М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2010. – Вип. 9, ч. 2. – С. 278-284.

76я54

Т 31

110. Павлюк Л. Аксіологічні і структурні характеристики дискурсу реклами у мас-медіа / Л. Павлюк // Вісник Львівського університету. Серія: Журналистика / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [відп. за вип. Й. Лось]. – Л., 2006. – Вип. 29. – С. 280-287.

76я54

Л 89

111. Пашутин С. Контрастная реклама / С. Пашутин // Секретарское дело. – 2009. – № 5. – С. 20-24.

112. Пенська Ю. Особливості мови англійської реклами (на матеріалі сучасної преси) / Ю. Пенська // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ., (13-14 трав. 2009 р.) / М-во освіти і науки України, Волин. обл. держ.

адмін., Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2009. – Т. 3. – С. 326-327.

74.58(4УКР-4ВОЛ)

В 70

113. Підлісна О. В. Аналіз та перспективи розвитку вітчизняного ринку рекламних послуг / О. В. Підлісна // Інвестиції : практика та досвід. – 2010. – № 2. – С. 56-58.

114. Платонова А. В. Контентальне наповнення та аудиторні характеристики рекламних матеріалів кримських газет : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / Платонова А. В.; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2013. – 16 с.

27.00.06/76

П 37

115. Платонова А. В. Ставлення кримської аудиторії до реклами у друкованих мас-медіа Криму / А. В. Платонова // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2011. – № 3. – С. 95-98.

116. Поліха Л. Графічні константи серійної реклами як ефективний спосіб комунікації / Л. Поліха // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / [М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2011. – Вип. 10. – С. 173-177.

76я54

Т 31

117. Предій Ю. Текст оголошення як фрейм інформації (на матеріалі оголошень різнопланового спрямування видання The Guardian) / Ю. Предій // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Філологічні науки / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол.: Н. О. Данилюк та ін.]. – Луцьк, 2013. – № 19 (268) : Мовознавство. – С. 212-215.

81я54

С 92

118. Примак Т. Дослідження використання соціально-комунікативних технологій у створенні рекламних звернень в Україні / Т. Примак // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 6. – С. 29-35.

119. Пристайко Т. С. Оценочная лексика в рекламе высоких потребительских технологий / Т. С. Пристайко // Русский язык в поликультурном мире : IV междунар. науч.-практ. конф. (7-10 июня 2010, г. Ялта) : сб. науч. тр. / под общ. ред. Л. А. Кудрявцевой. – К., 2011. – С. 143-148.

81.411.2

Р 89

120. Психология в рекламе / под. ред. П. К. Власова. – Х. : Гуманит. центр, 2003. – 220 с.
76.0
П 86
121. Пушкарев А. Спасение утопающих – дело рук видеорекламы в интернете / А. Пушкарев // Маркетинг и реклама. – 2011. – № 10. – С. 38-41.
122. Реклама і дизайн ХХІ сторіччя: освіта, культура, економіка. Вип. 2 : зб. наук. пр. / Ін-т підприємництва, права і реклами ; упоряд. і відп. ред. Є. А. Антонович. – К. : [б. в.], 2001. – 272 с.
72(4УКР)
Р 36
123. Реклама и связи с общественностью // Справочник менеджера / под ред. Э. А. Уткина. – 1998. – С. 350-356.
65.050я2
С 74
124. Рекламная коммуникация : учеб. пособие для студ. вузов / под общ. ред. В. Полукарова. – М. : Палеотип: ИТК "Дашков и Ко", 2002. – 344 с.
76.0я7
Р 36
125. Рижко І. В. Зовнішня реклама: види та прийоми, що забезпечують її ефективність / І. В. Рижко, Т. Ю. Хлопук, М. А. Рожило // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – № 1. – С. 39-42.
126. Рогач Ю. І. Маніпуляційна і потенції сучасних рекламних масмедійних текстів / Ю. І. Рогач // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Філологічні науки. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол.: Н. О. Данилюк та ін.]. – Луцьк, 2012. – № 24(249) : Філологічні науки. Мовознавство. – С. 118-121.
81я54
В 67
127. Романишин Ю. Л. Створення рекламно-інформаційної продукції засобами інформаційних технологій (на прикладі Івано-Франківської рекламно-виробничої компанії "Трамплін") / Ю. Л. Романишин, Л. Ю. Бурківська // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2012. – № 4. – С. 197-201.
128. Ромат Е. Социальная ответственность рекламистов и саморегулирование рекламной сферы / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – К., 2009. – 10. – С. 38-45.
129. Ромат Е. В. Тестемониум в рекламе / Е. В. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 7/8. – С. 70-77.
130. Рюмшина Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе : учеб. пособие / Л. И. Рюмшина. – М.; Ростов н/Д : МарТ, 2004. – 240 с.

76.0я7

Р 97

131. Самонова Т. Б. Процес формування рекламної діяльності на ринку туристичних послуг / Т. Б. Самонова // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка : [зб. наук. ст.] / М-во освіти і науки України, Ужгород. нац. ун-т ; [редкол.: В. П. Мікловда та ін.]. – Ужгород, 2009. – Спецвип. 28, ч. 3. – С. 58-63.

65я54

У 33

132. Сапенько Р. Искусство рекламы в современной культуре / Р. Сапенько. – К. : [б. и.], 2005. – 296 с.

76.0

С 19

133. Сасюк Т. Сучасна реклама в аспекті її витоків / Т. Сасюк // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ., 16-17 квіт. 2008 р. / Волин. держ. ун-т імені Лесі Українки. – Луцьк, 2008. – Т. 1. – С. 352-353.

63.3(4УКР-4ВОЛ)

В 70

134. Свєреда Т. Архетипні структури у сучасному медіа-просторі / Т. Свєреда // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ., 16-17 квіт. 2008 р. / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2008. – Т. 1. – С. 347-349.

63.3(4УКР-4ВОЛ)

В 70

135. Слободян М. 10 рабочих фишек в составлении интернет-рекламы / М. Слободян // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 6. – С. 38-40.

136. Соколова І. В. Особливості функціонування дискурсу Інтернет-реклами (на матеріалі англійської мови) / І. В. Соколова // Філологічні трактати. – 2012. – Т.4, № 4. – С. 113-117.

137. Стоянова Н. Звукове оформлення рекламного тексту / Н. Стоянова // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень (10-11 травня 2011) / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. тов-во студ. і асп. – Луцьк, 2011. – Т. 2. – С. 155-157.

72.4(4УКР-4ВОЛ)я43

М 34

138. Тенденции развития интернет-рекламы в Уанете // Маркетинговые исследования в Украине. – 2012. – № 5. – С. 64-67.

139. Тринчук В. В. Страхова дошка як різновид зовнішньої реклами страхової компанії / В. В. Тринчук // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 8. – С. 50-59.

140. Тринчук В. Страховий рекламний плакат : ефектно та ефективно / В. Тринчук // Страхова справа. – 2009. – № 2. – С. 54-59.
141. Тульчинский Г. PR и реклама в брендинге / Г. Тульчинский // PR - менеджер. – 2008. – № 3. – С. 32-39.
142. Улітіна Н. О. Лінгвальні характеристики слогана як компонента звукової реклами : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Улітіна Н. О. ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – О., 2010. – 20 с.
10.02.04/81
У 48.
143. Федотова Л. Н. Социология рекламной деятельности : учебник / Л. Н. Федотова. – М. : Гардарики, 2002. – 272 с.
60.5я73
Ф 34
144. Федорець К. Критерії планування рекламної кампанії в мережі Інтернет / К. Федорець // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2010. – Вип. 89, ч. 2. – С. 107-109.
66.4я54
А 43
145. Фурманкевич Н. Мовні особливості радіореклами / Н. Фурманкевич // Теле- та радіожурналістика : зб. наук.-метод. пр. / [Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2009. – Вип. 8. – С. 136-143.
76я54
Т 31
146. Хавкіна Л. Реклама як джерело крилатих виразів: на межі соціальної та індивідуальної комунікації / Л. Хавкіна // Вісник Львівського університету. Серія журналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: Б. Потятиник (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2011. – Вип. 34, ч. 2. – С. 257-263.
76я54
Л 89
147. Хлюст Л. П. Теоретические подходы к оценке эффективности рекламной деятельности туристического предприятия / Л. П. Хлюст // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 5. – С. 157-160.
148. Шаргородська С. Магічна функція слова та її прояви в мові радіореклами / С. Шаргородська // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. студ. і асп. (14-15 трав. 2013 р.) / М-во освіти і науки України, Східноєвроп. нац.

ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан [та ін.]. – Луцьк, 2013. – Т. 2. – С. 118-119.

72.4(4УКР-4ВОЛ)

М 75

149. Шенерт В. Грядущая реклама: 199 примеров, секретов успеха, практических рекомендаций / В. Шенерт ; пер. с нем. А. М. Чунаков. – 2-е изд., обновл. и расшир. – М. : Интерэксперт, 2001. – 296 с.

65.42

Ш 47

150. Шестов С. Еще раз об эффективности средств распространения рекламы / С. Шестов // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 7/8. – С. 92-101.

151. Шрамко Ирина Интернет-реклама в Украине / И. Шрамко // PR - менеджер. – 2009. – № 3. – С. 24-33.

152. Щепилова Г. Г. Классификация рекламы на радио / Г. Г. Щепилова // Вестник Московского ун-та. Серия 10, Журналистика. – 2009. – № 6. – С. 28-38.

153. Щепилова Г. Г. Поливариативность подходов к изучению рекламы в СМИ / Г. Г. Щепилова // Вестник Московского ун-та. Серия 10, Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 20-30.

3. Політична реклама

154. Акайомова А. Політична реклама як процес комунікації / А. Акайомова // Віче. – 2011. – № 6. – С. 2-5.

155. Барматова С. Чи здатна політична реклама "перевернути світ"? / С. Барматова // Соціальна психологія. – 2007. – № 1. – С. 89-95.

156. Бебик В. Соціально-психологічні аспекти політичної реклами в мас-медіа / В. Бебик, Н. Трач // Соціальна психологія. – 2008. – № 1. – С. 51-59.

157. Білівітіна А. Символічна складова реклами у політичному маркетингу / А. Білівітіна // Політичний менеджмент. – 2011. – № 3. – С. 98-106.

158. Білівітіна А. С. Реклама в системі політичного маркетингу : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Білівітіна А. С. ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2012. – 18 с.

23.00.02/66

Б 61

159. Боровицька О. М. Політична реклама як елемент політичного буття (соціально-прагматичний аналіз) / О. М. Боровицька // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2006. – № 3. – С. 125-128.

95.4

В 67

160. Войтович Н. Розвиток політичної культури в Україні та політична реклама в ЗМІ / Н. Войтович // Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: Б. Потятиник (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2011. – Вип. 34, ч. 2. – С. 230-237.
76я54
Л 89
161. Ганчурова Ю. С. Політична реклама: комунікативний формат і електоральна результативність / Ю. С. Ганчурова // Наукові записки : [зб. наук. пр.] / Нац. акад. наук України, Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І. Ф. Кураса ; [редкол.: Ю. А. Левенець (голова) та ін.]. – К., 2008. – Вип. 38. – С. 66-76.
66я54
І-71
162. Гранадзер Г. Б. Шляхи визначення ефективності політичної реклами / Г. Б. Гранадзер // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка ; відп. ред. В. Б. Євтух. – К., 2007. – Вип. 27/28. – С. 25-27.
95.4(4УКР)
К 38
163. Деленів М. С. Політична реклама та шляхи підвищення її ефективності через призму псізму психологічного впливу / М. С. Деленів // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ., (12-13 трав. 2010 р.) / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. – Луцьк, 2010. – Т. 1. – С. 21-23.
74.58(4УКР-4ВОЛ)
В 67
164. Зубенко А. Семіотичний характер політичної реклами / А. Зубенко // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї : [зб. наук. праць] / Українська академія політ. наук [та ін.]; голова редкол. М. І. Михальченко. – К., 2007. – Вип. 10. – С. 117-126.
66.3(4УКР)я43
С 91
165. Карпчук Н. П. До питання політичної реклами / Н. П. Карпчук // Науковий вісник Волинського державного університету ім. Лесі Українки / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2006. – № 3. – С. 129-131.
95.4
В 67
166. Ковалевська А. В. Метамоделі лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Ковалевська А. В. ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. – О., 2011. – 24 с.

10.02.01/81

К 56

167. Кочубей Л. Особливості законодавства про політичну рекламу : українська та зарубіжна практика / Л. Кочубей // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. – К., 2008. – Спецвипуск : Політичні технології. – С. 85-96.

66.3(4УКР)

С 91

168. Кравчук М. А. Розвиток демократичного режиму засобами політичної пропаганди / М. А. Кравчук // Актуальні питання реформування правової системи України : зб. наук. пр. за матеріалами VI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 29-30 трав. 2009 р. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Юрид. ф-т ; [редкол.: І. Я. Коцан та ін.]. – Луцьк, 2009. – С. 48-53.

67.99(4УКР)я4

А 43

169. Кривобок Ю. Проблема національної самосвідомості (на прикладі політичної реклами) / Ю. Кривобок // Політичний менеджмент. – 2012. – № 3. – С. 145-150.

170. Крилова Н. Використання НЛП-технологій у виборчій рекламі політичних партій / Н. Крилова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2006. – Вип. 64, ч. 2. – С. 252-259.

66.4я54

А 43

171. Лютко Н. Нормативно-правове регулювання політичної реклами (український та міжнародний досвід) / Н. Лютко // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини / [М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: М. Мальський (відп. ред.) та ін.]. – Л., 2008. – Вип. 25.– С. 359-364.

66.4я54

Л 89

172. Лютко Н. Політична реклама в умовах політичного ринку / Н. Лютко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Політологія, соціологія, філософія / відп. за вип. А. Ключкович. – Ужгород, 2008. – Вип. 9. – С. 65-69.

95

У 33

173. Макаренко С. С. Маніпуляція, як один з психологічних засобів впливу сучасної політичної реклами / С. С. Макаренко // Психологічні аспекти національної безпеки : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф., 22-23

берез. 2007 р. / МВС України, Львів. держ. ун-т внутріш. справ ; [відп. за вип. М. Й. Варій]. – Л., 2007. – С. 139-141.

88

П 86

174. Музыкант В. Л. Реклама и политический маркетинг / В. Л. Музыкант // Теория и практика современной рекламы : учеб. пособие. / В. Л. Музыкант. – М., 1998. – Ч. 2 : Политические рекламные технологии. – С. 5-12.

65.05

М 89

175. Ольшанский Д. В. Политический PR / Д. В. Ольшанский. – СПб. [и др.] : Питер, 2003. – 540 с.

66.01

О-56

176. Прудченко О. М. Політична реклама в контексті сучасної культури України : автореф. дис. ... канд. культурол.: 26.00.01 / Прудченко О. М. ; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – К., 2010. – 16 с.

26.00.01/71

П 85

177. Ромат Е. В. Политическая реклама в системе политического маркетинга / Е. В. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 12. – С. 28-35.

178. Ромат Е. Политический маркетинг и политическая реклама / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 9. – С. 38-47.

179. Станецька В. Маніпулятивні технології в політичній рекламі / В. Станецька // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: В. В. Копійка (голов. ред.) та ін.]. – К., 2011. – Вип. 98, ч. 2. – С. 128-129.

66.4я54

А 43

180. Станецька В. Реклама як засіб формування іміджу політичного лідера / В. Станецька // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. праць] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2011. – Вип. 95, ч. 2. – С. 179-181.

66.4я54

А 43

181. Сучасний виборчий PR : навч. посіб. для студ. ВНЗ / М-во освіти і культури України ; В. В. Лісничий (кер. авт. кол.). – 2-е вид., переробл. та допов. - К. : Професіонал, 2004. – 384 с.

66.01я73

С 91

182. Шайгородський Ю. Електоральна реклама: реалії і міфи / Ю. Шайгородський // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї : [зб. наук. пр.]. – К., 2008. – Вип. 12. – С. 259-268.

66.3

С 91

183. Шуйчик Н. Маніпуляційний потенціал медіа-простору: від політичної реклами до образів влади / Н. Шуйчик // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. студ. і асп. (14-15 трав. 2014 р.) / М-во освіти і науки України, Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан та ін.]. – Луцьк, 2014. – Т. 3. – С. 76-78.

72.4(4УКР-4ВОЛ)

М 75

184. Щербаков А. Политическая реклама в современном информационном пространстве / А. Щербаков // Вестник Московского ун-та. Серия 18, Социология и политология. – 2007. – № 4. – С. 163-167.

185. Яцунська О. Політична реклама в пресі як засіб впливу на електорат / О. Яцунська // Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї : [зб. наук. пр.]. – К., 2008. – Вип. 14. – С. 174-182.

66.3

С 91

4. Етичні та правові основи рекламної діяльності

186. Агарков О. А. Соціальна реклама як інструмент профілактики негативних явищ в українському суспільстві: регіональний аспект / О. А. Агарков // Український соціум. – 2013. – № 4. – С. 151-160.

187. Алпатова Н. Самореклама: облік листівок, буклетів, каталогів та візиток / Н. Алпатова // Все про бухгалтерський облік. – 2012. – № 109-110. – С. 34-36.

188. Анализ рекламы, размещенной в СМИ компаниями рынка FMCG // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 3. – С. 46-53.

189. Беліков О. Зловживання у сфері рекламних послуг / О. Беліков // Юридичний журнал. – 2009. – № 7/8. – С. 129-136.

190. Биденко А. Эффективная уличная социальная реклама / А. Биденко // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 11. – С. 30-33.

191. Бондар М. Реклама не найкращих часів / М. Бондар // Контракти. – 2009. – Черв. (№ 24). – С. 32-34.

192. Бондарук Т. О. Специфіка функціонування інтернет-реклами у волинських ЗМІ / Т. О. Бондарук // Scripta manent : молодіж. наук. вісн. Ін-ту філол. та журналістики : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України [та ін.] ; [редкол.: Ю. В. Громик та ін.]. – Луцьк, 2014. – С. 158-159.

80я43

193. Булах Т. Роль соціальної реклами в підвищенні збуту видавничої продукції / Т. Булах // Вісник Книжкової палати. - 2012. - № 11. - С. 6-8.
194. Ваксман Р. В. Вдосконалення господарсько-правового забезпечення рекламної діяльності : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.04 / Ваксман Р. В. ; Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. – Х., 2014. – 20 с.
12.00.04/67
В 14
195. Васильчук В. Прихована реклама в теле- та радіопросторі / В. Васильчук // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / [М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2011. – Вип. 10. – С. 148-153.
76я54
Т 31
196. Васильчук В. Реклама для дітей: оцінно-модальний аспект / В. Васильчук // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: В. В. Лизанчук (голов. ред.) та ін.]. – Л., 2012. – Вип. 11. – С. 88-96.
76я54
Т 31
197. Васійчук О. В. Сугестивні технології реклами у контексті проблеми тютюнокуріння / О. В. Васійчук // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ. (12-13 трав. 2010 р.) / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т імені Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан та ін.]. – Луцьк, 2010. – Т. 2. – С. 113-117.
74.58(4УКР-4ВОЛ)
В 67
198. Вейсберг М. Зачем и как рекламироваться в газете? / М. Вейсберг ; Центр "Издатель&Редактор". – К., 2004. – 68 с.
76.0
В 26
199. Виноградова Г. В. Правове регулювання інформаційних відносин в Україні : навч. посіб. / Г. В. Виноградова. – К. : Юстініан, 2006. – 172 с.
67.401я73
В 49
200. Воєводін Б. В. Інститут реклами: цивільно-правовий аспект : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Воєводін Б. В. ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2014. – 20 с.
12.00.03/67
В 63

201. Воєводін Б. В. Цивільно-правовий захист прав споживачів реклами / Б. В. Воєводін // Наше право. – 2013. – № 11. – С. 138-146.
202. Грицюта Н. Актуальні тренди прихованої реклами на телебаченні України / Н. Грицюта // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: В. В. Лизанчук та ін.]. – Л., 2014. – Вип. 13. – С. 44-55.
76я54
Т 31
203. Грицюта Н. М. Аналіз наукового осмислення етичних критеріїв реклами: принципи класифікації / Н. М. Грицюта // Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки. – 2013. – № 4. – С. 112-118.
204. Грицюта Н. М. Наукове вивчення етичних аспектів рекламної комунікації / Н. М. Грицюта // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2011. – № 4. – С. 145-150.
205. Грицюта Н. М. Прихована реклама як маніпулятивна технологія ХХ ст.: етичний аспект / Н. М. Грицюта // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 3. – С. 81-87
206. Грицюта Н. М. Рекламна етика: принципи, чинники, реалії, тенденції : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01 / Грицюта Н. М. ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2013. – 36 с.
27.00.01/87
Г 85
207. Грицюта Н. М. Сучасний стан етичних проблем соціальної реклами в Україні / Н. М. Грицюта // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 2. – С. 184-190.
208. Громенко Ю. О. Правове регулювання рекламної діяльності суб'єктів господарювання : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.04 / Громенко Ю. О. ; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – К., 2012. – 20 с.
12.00.04/67
Г 87
209. Джефкінс Ф. Реклама : практ. посіб. / Ф. Джефкінс ; ред. Д. Ядіна ; пер.з англ. О.О. Чистякова. – 4-е вид. – К. : Знання, 2001. – 456 с.
65.050
Д 40
210. Долхаш М. Провокаційна реклама – спосіб привертання уваги сучасного споживача / М. Долхаш // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" / [редкол.: Є. В. Крикавський (відп. ред.) та ін.]. – Л., 2008. – № 633 : Логістика. – С. 209-214.
65я54
Л 88

211. Дяченко Т. О. Етичні питання в рекламній практиці / Т. О. Дяченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 9. – С. 87-91.
212. Исследование влияния рекламы слабоалкогольных напитков на формирование моделей поведения несовершеннолетних / Л. К. Яцышина и другие // Маркетинговые исследования в Украине. - 2009. - № 6. - С. 25-32.
213. Жирнова К. О. Цивільно-правове регулювання реклами торговельних брендів : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Жирнова К. О. ; Нац. акад. правових наук України, НДІ приват. права і підприємництва ім. акад. Ф. Г. Бурчака. – К., 2014. – 20 с.
12.00.03/67
Ж 73
214. Закусило М. Соціальна реклама: законодавчі перспективи та практичні митарства / М. Закусило // Телекритика. – 2008. – № 1/2. – С. 68-69.
215. Кіца М. О. Етичні аспекти використання дітей у рекламі / М. О. Кіца // Поліграфія і видавнича справа : наук.-техн. зб. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Укр. акад. друкарства ; [редкол.: Б. В. Дурняк та ін.]. – Львів, 2013. – Вип. 3/4. – С. 7-12.
37.8я54
П 50
216. Кіца М. Критерії та ознаки патогенної реклами в українських ЗМІ / М. Кіца // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: В. В. Лизанчук та ін.]. – Л., 2014. – Вип. 13. – С. 241-246.
76я54
Т 31
217. Кіца М. О. Недобросовісна реклама у газетних виданнях України : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.06 / Кіца М. О. ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – К., 2014. – 16 с.
27.00.06/76
К 46
218. Коваленко О. Зовнішня реклама : від одержання дозволу до обліку / О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2012. – № 109/110. – С. 47-50.
219. Колесникова М. Реклама торговельних марок , або "Є місце для маневру!" / М. Колесникова // Інтелектуальна власність. – 2012. – № 6. – С. 27-32.
220. Коннова Т. Недобросовісна реклама у законодавчій практиці України / Т. Коннова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. праць] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ;

[редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2011. – Вип. 95, ч. 1. – С. 183-184.

66.4я54

А 43

221. Корінев В. Л. Нормативно-правове регулювання рекламної діяльності підприємства / В. Л. Корінев, І. В. Олійник // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 2. – С. 136-139.
222. Крепак А. С. Управління зовнішньою рекламою підприємств торгівлі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Крепак А. С. ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – Київ, 2014. – 24 с.

08.00.04/65

К 79

223. Курчин О. Органи місцевого самоврядування та захист їх прав у відносинах, пов'язаних із розміщенням реклами / О. Курчин // Право України. – 2011. – № 3. – С. 284-290.
224. Курчин О. Підстави та форми господарської відповідальності суб'єктів розміщення зовнішньої реклами / О. Курчин // Підприємництво, господарство і право. – 2011. – № 4. – С. 147-150.
225. Курчин О. Г. Договори на розміщення рекламної конструкції та зовнішньої реклами / О. Г. Курчин // Вісник господарського судочинства. – 2010. – № 5. – С. 150-159.
226. Лапіна В. Специфіка психологічних прийомів та методів організації прямої та прихованої реклами / В. Лапіна // Соціальна психологія. – 2012. – № 3. – С. 33-42.
227. Лихолот М. И. Социальная ответственность субъектов рекламной деятельности / М. И. Лихолот // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 12. – С. 40-43.
228. Лозова О. А. Рекламна діяльність у системі заходів з просування товарів / О. А. Лозова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2007. – № 2. – С. 151-154.
229. Лютко Н. Нормативно-правове регулювання політичної реклами (український та міжнародний досвід) / Н. Лютко // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини / [М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; редкол.: М. Мальський (відп. ред.) та ін.]. – Л., 2008. – Вип. 25. – С. 359-364.

66.4я54

Л 89

230. Марущак А. І. Інформаційне право: регулювання інформаційної діяльності : навч. посіб. : [для студ. ВНЗ] / А. І. Марущак ; М-во освіти і науки України. – К. : Скіф : КНТ, 2008. – 344 с.

67.401я73

М 29

231. Міф як засіб маніпуляції в рекламі ЗМІ / С. В. Конюхов [та ін.] // Наукові записки : наук.-техн. зб. / М-во освіти і науки України, Укр. акад. друкарства ; [редкол.: Б. В. Дурняк та ін.]. – Львів, 2011. – № 3 (36). – С. 127-131.
95.4
У 45
232. Микитенко Л. Актуальні питання створення системи органів державного управління у сфері рекламної діяльності / Л. Микитенко // Вісн. Київ. нац.торг. екон. ун-ту. – 2005. – № 1. – С. 12-16.
233. Микитенко Л. Деякі питання гармонізації законодавства України із законодавством ЄС про рекламу / Л. Микитенко // Підприємництво, господарство і право. – 2010. – № 11. – С. 62-66.
234. Минбалеєв А. В. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети интернет и интернет-СМИ / А. В. Минбалеєв // Актуальные проблемы журналистики в условиях глобализации информационного пространства : материалы III междунар. науч.-практ. конф., сент. 2009 г. / Федер. агенство по образованию [и др.] ; [редкол.: С. И. Кимайкин и др.]. – Челябинск, 2009. – С. 235-241.
76.01я431
А 43
235. Михайлович О. П. Реклама у пресі: особливості розгортання семантики квазітерміна / О. П. Михайлович // Поліграфія і видавнича справа : наук.-техн. зб. / М-во освіти і науки України, Укр. акад. друкарства ; [редкол.: Б. В. Дурняк (відп. ред.) та ін.]. – Львів, 2006. – Вип. 43. – С. 58-61.
37.8я54
П 50
236. Орлова М. А. Сучасний стан етичних принципів соціальної реклами в Україні / М. А. Орлова, Л. М. Вежель // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – № 1. – С. 33-38.
237. Петрика Д. Новації до закону про рекламу : стосується всіх ! / Д. Петрика // Все про бух. облік. – 2008. – Квіт. (№ 36). – С. 9-12.
238. Правова охорона у сфері рекламної діяльності // Саніахметова Н. О. Правовий захист підприємства в Україні. – К., 1999. – С. 189-226.
67.9(4 УКР)303я7
С 18
239. Премудрості реклами // Податки та бух. облік. – 2008. – Листоп. (№ 11), спецвип. – С. 3-112.
240. Реклама для всех / авт.-сост. Н. В. Васильєва. – Минск : Тесей, 2003. – 224 с.
76.0
Р 36

241. Рекламная деятельность : учеб. для студентов вузов / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. – Изд. 4-е, перераб. и доп. – М. : Маркетинг, 2001. – 362 с.
65.9(4РОС)42я73
Р 36
242. Рекламная коммуникация : учеб. пособие для студ. вузов / под общ. ред. В. Полукарова. – М. : Палеотип: ИТК "Дашков и Ко", 2002. – 344 с.
76.0я7
Р 36
243. Рымаренко А. В. Использование математических законов распределения при планировании объема рекламы в СМИ / А. В. Рымаренко // Маркетинговые исследования в Украине. – 2010. – № 4. – С. 48-53.
244. Ромат Е. В. Бренд-ориентированная реклама: сущность и место в системе коммуникаций бренда / Е. В. Ромат, Д. В. Яцюк // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 5. – С. 42-47.
245. Ромат Т. Защита интеллектуальных и других прав при участии в рекламном тендере / Т. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2011. – № 9. – С. 54-58.
246. Ромат Є. В. Органи виконавчої влади в системі державного управління рекламною діяльністю в Україні / Є. В. Ромат // Статистика України. – 2001. – № 4. – С. 20-23.
247. Ромат Е. Социальная ответственность участников рекламной деятельности и саморегулирование рекламной сферы / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 11. – С. 50-57.
248. Рэнделл Д. Брендинг : краткий курс / Д. Рэнделл. – М. : Фаир-Пресс, 2003. – 216 с.
65.42
Р 96
249. Саниахметова Н. О. Підприємницьке право : Суб'єкти підприємництва. Кредитування. Оренда. Лізинг. Зовнішньоекономічна діяльність. Інвестиції. Антимонопольне законодавство. Захист від недобросовісної конкуренції. Реклама : навч. посіб. / Н. О. Саниахметова. – 3-є вид., переробл. і допов. – К. : А.С.К., 2005. – 912 с.
67.404.91я73
С 18
250. Семенова Л. Конкурентна політика в галузі рекламної діяльності // Антимонопольне і конкурентне право / Л. Семенова. – К., 1999. – С. 124-233.
67.9(4УКР)304я7
С 30

251. Сінюченко О. Особливості соціальної реклами в українських ЗМІ / О. Сінюченко // Scripta manent : молодіж. наук. вісн. Ін-ту філол. та журналістики : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України [та ін.] ; [редкол.: Ю. В. Громик та ін.]. – Луцьк, 2014. – С. 187-189.
80я43
С 45
252. Тамберг В. Законы рекламы / В. Тамберг, А. Бадьин // Банковский менеджмент. – 2006. – № 6. – С. 41-47.
253. Танчин Л. М. Проблеми реклами і пропаганди книги у висвітленні місцевих ЗМІ / Л. М. Танчин // Поліграфія і видавнича справа : наук.-техн. збірник / Укр. акад. друкарства. – Львів, 2007. – Вип. № 2 (46). – С. 33-38.
37.8я54
П 50
254. Тацишин І. Адміністративно-правове закріплення безпеки інформаційних відносин у галузі реклами / І. Тацишин // Вісник Львівського університету. Серія юридична / М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: В. Т. Нор (відп. ред.) та ін.]. – Л., 2008. – Вип. 46. – С. 88-91.
67я54
Л 89
255. Тацишин І. Б. Адміністративно-правові засади рекламної діяльності в Україні / І. Б. Тацишин // Митна справа. – 2007. – № 4. – С. 67-71.
256. Темник І. Прихована реклама, як засіб просування товарів на ринок / І. Темник // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2006. – Вип. 64, ч. 2. – С. 162-164.
66.4я54
А 43
257. Ткаченко Є. Сучасні проблеми рекламної етики та їх державне регулювання в Україні / Є. Ткаченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2010. – Вип. 90, ч. 2. – С. 114-115.
66.4я54
А 43
258. Україна. Закони. Рекламна діяльність в Україні. Нормативна база : [зі змін та допов. станом на 5 верес. 2005 р.] / Україна. Закони ; [упоряд. О. М. Роїна]. – К. : КНТ, 2005. – 108 с.
67.401
У 45
259. Фесенко В. Правове регулювання рекламної діяльності / В. Фесенко // Юридичний журнал. – 2007. – № 12. – С. 12-17.

260. Шевченко Т. Курс лекцій з права медіа / Т. Шевченко. – К. : Ін-т Медіа Права, 2009. – 104 с.

76.01(УКР)я73

Ш 37

261. Штефан Олена Реклама як самостійний об'єкт авторського права / О. Штефан // Теорія і практика інтелектуальної власності. - 2008. - № 5. - С. 3-10.

262. Шудуря О. Випробувальна реклама / О. Шудуря // Вісник / Київ. ін-т бізнесу та технол. – К., 2006. – № 1. – С. 72-73.

95.4

К 38

263. Щепилова Г. Г. Реклама в структуре современных СМИ / Г. Г. Щепилова // Вестник Московского ун-та. Серия 10, Журналистика. – 2008. – № 5. – С. 64-69.

5. Міжнародна реклама

264. Анализ рекламы, размещенной в СМИ компаниями рынка FMCG // Маркетинговые исследования в Украине. – 2013. – № 3. – С. 46-53.

265. Балабанова Л. В. Рекламний менеджмент : підруч. для студ. ВНЗ / Л. В. Балабанова, Л. О. Юзик ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – К. : Центр учб. л-ри, 2013. – 392 с.

65.47я73

Б 20

266. Белогородский А. А. Частота контактов с целевой аудиторией и ее влияние на эффективность рекламы / А. Белогородский // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 4. – С. 48-62.

267. Бобылева М. П. Рекламный менеджмент: основы профессиональной деятельности / М. П. Бобылева. – М. : ООО Журн. "Управление персоналом", 2004. – 240 с.

76

Б 72

268. Богомоллова Г. Сучасні маркетингові технології рекламних кампаній / Г. Богомоллова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2010. – Вип. 88, ч. 1. – С. 204-206.

66.4я54

А 43

269. Бугрим В. В. Стратегії корпоративного брендінгу в рекламних кампаніях / В. В. Бугрим, О. Криштапович // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка,

Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2008. – Вип. 79, ч. 1. – С. 164-169.

66.4я54

А 43

270. Булбук Н. М. Застосування концепції життєвого циклу до ринку рекламних агенств / Н. М. Булбук // Економіка та держава. – 2008. – № 2. – С. 49-51.

271. Бюро маркетинговых технологий исследовало отношение к рекламе и рекламистам // Маркетинговые исследования в Украине. – 2006. – № 5. – С. 72-75.

272. Владимирська Г. О. Реклама : навч. посіб. для студ. ВНЗ / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирська ; М-во освіти і науки України. – К. : Кондор, 2006. – 336 с.

65.47я73

В 57

273. Войцехівський П. Інноваційна реклама як основний інструмент ведення маркетингової війни / П. Войцехівський // Економіка і менеджмент : матеріали І Міжнар.конф., 25-27 лист. 2010, Україна, Львів / [відп. за вип. О. Л. Березко]. – Л., 2010. – С. 84-85.

65я54

Е 45

274. Волошина Н. О рекламно-сувенирных коммуникациях В2В-маркетинга / Н. Волошина // Маркетинг и реклама. – 2011. – № 4. – С. 51-54.

275. Гаврилов Д. А. Оценка эффективности банковской рекламы / Д. А. Гаврилов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 4. – С. 130-135.

276. Горбаль Н. І. Формування міжнародної рекламної стратегії: стандартизація чи адаптація / Н. І. Горбаль, С. Б. Романишин // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" / Нац. ун-т "Львівська політехніка" ; відп. ред. О. Є. Кузьмін. – Л., 2005. – № 547 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 28-35.

65.290я54

Л 89

277. Гоффман С. Адаптація реклами до зарубіжних ринків: контентний аналіз / С. Гоффман, К. Вітті // Журнал Європейської економіки. – 2007. – Т. 6. – № 2. – С. 122-144.

278. Граніш С. Рекламна діяльність підприємств на споживчому ринку у контексті маркетингової політики комунікацій / С. Граніш // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 6. – С. 36-41.

279. Данайканич О. В. Реклама в системі маркетингових комунікацій підприємства / О. В. Данайканич // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка / М-во освіти і науки України, Ужгород. нац. ун-т ; [редкол.: В. П. Мікловда та ін.]. – Ужгород, 2010. – Вип. 31. – С. 158-165.
- 65я54
У 33
280. Державне регулювання відносин у галузі реклами: проблеми та перспективи / Ін-т конкурентного суспільства ; упоряд. Д. В. Ляпін. – К., 2007. – 192 с.
- 65.47
Д 36
281. Дубровін В. І. Метод аналізу ієрархій у підвищенні ефективності рекламної кампанії / В. І. Дубровін, В. В. Круглікова, К. О. Фандеєва // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 4. – С. 87-91.
282. Ипполитова И. Измерение эффективности рекламных кампаний / И. Ипполитова // Маркетинговые исследования в Украине. – 2009. – № 1. – С. 27-31.
283. Карпинская Ю. 2009-2010 : тренды в маркетинге и рекламе / Ю. Карпинская, С. Кузьменко, И. Любарский // Маркетинг и реклама. – 2009. – 7/8. – С. 46-50.
284. Карпчук Н. П. Теорія та практика міжнародної реклами / Н. П. Карпчук ; М-во освіти і науки України [та ін.]. – Луцьк : СНУ ім. Лесі Українки, 2013. – 16 с.
- 66.0я73
К 26
285. Кветна И. ARG. Изменяя неизменяющуюся реальность / И. Кветна // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 6. – С. 75-81.
286. Кожухівська Р. Б. Цілі маркетингових комунікацій і використання інтернет-реклами / Р. Б. Кожухівська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7. – С. 120-126.
287. Криворог Е. Партизанский маркетинг, или нестандартные коммуникационные приемы на рынке Украины / Е. Криворог // Маркетинг и реклама. – 2020. – № 4. – С. 38-41.
288. Кузякин А. П. Реклама и PR в мировой экономике : учеб. пособие / А. П. Кузякин, М. А. Семичев. – М. : Проспект, 2002. – 320 с.
- 65.29я73
К 89
289. Лебенко М. С. Стратегії маркетингових комунікацій в Інтернеті / М. С. Лебенко // Вісник Національного університету "Львівська

політехніка" / [редкол.: Є. В. Крикавський (відп. ред.) та ін.]. – Л., 2008. – № 633 : Логістика. – С. 394-402.

65я54

Л 89

290. Лялюк А. М. Маркетинг : навч. посіб. для студ. ВНЗ / А. М. Лялюк ; М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки. - Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2010. – 188 с. : ілюстр. – Бібліогр.: с.181-185.

65.291.3я73

Л 97

291. Малышев П. И. Повышение эффективности рекламной кампании при использовании поисковой оптимизации интернет-ресурсов / П. И. Малышев // Маркетинговые коммуникации. – 2006. – № 5. – С. 262-269.

292. Мозер Клаус Психология маркетинга и рекламы / К. Мозер ; пер. с нем. Н. А. Бондарь. – Х. : Гуманит. центр, 2004. – 378 с.

88.5

М 74

293. Охріменко Г. В. Використання VTL-реклами й інтегрованих маркетингових комунікацій у рекламній стратегії просування товару на ринок / Г. В. Охріменко // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол.: М. В. Моклиця та ін.]. – Луцьк, 2009. – № 23 : Філологічні науки : Літературознавство. – С. 48-52.

83я54

В 67

294. Паттен Д. Успешный маркетинг для малого бизнеса / Д. Паттен ; пер. с англ. В. Петрашек. – М. : ФАИН-ПРЕСС, 2003. – 338 с.

65.29

П 20

295. Покотилова О. Особливості міжнародної рекламної кампанії / О. Покотилова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. – К., 2003. – Вип. 44, ч. 2. – С. 151-152.

66.4(0)

А 43

296. Прошкіна Н. В. Управління рекламою сучасного суб'єкта господарювання як складова процесу управління маркетингом / Н. В. Прошкіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 2. – С. 173-176.

297. Райская М. Маркетинговые исследования эффективности рекламы / М. Райская // Маркетинговые исследования в Украине. – 2009. – № 5. – С. 38-44.

298. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер [та ін.]. – М. : Альпина Павлишер, 2003. – 632 с.

65.05с51

Р 36

299. Романов А. А. Реклама: между социумом и маркетингом : науч. моногр. / А. А. Романов. – М. : Маркет ДС, 2002. – 300 с.

76.0

Р 69

300. Ромат Е. Личностная реклама в системе маркетинга личности / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 10. – С. 32-41.

301. Ромат Е. Личностная реклама в системе персонального маркетинга / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 2. – С. 30-35.

302. Ромат Е. Мобильная реклама – действенный инструмент мобильного маркетинга / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 4. – С. 32-35.

303. Ромат Е. В. Реклама в системе маркетинга : учеб. пособие / Е. В. Ромат ; М-во образования Украины. - Х. : НВФ "Студцентр", 1995. - 224 с. : ил. - Библиогр.: с. 206-208.

65.050я73

Р 69

304. Ромат Е. Реклама территорий в системе территориального маркетинга / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2010. – № 3. – С. 22-30.

305. Ромат Е. Социальная реклама в системе социального маркетинга / Е. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 11. – С. 19-27.

306. Румянцев А. П. Рекламні послуги / А. П. Румянцев // Міжнародна торгівля послуги / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко. – К., 2003. – С. 66-73.

65.58я73

Р 86

307. Румянцев А. П. Ринок міжнародних рекламних послуг // Світовий ринок послуг : навч. посіб. для студ. ВНЗ / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко; М-во освіти і науки України, Київ. екон. ін-т менеджменту (ЕКОМЕН). – К., 2006. – С. 102-117.

65.5я73

Р 86

308. Сейфуллаева Э. Б. Концепция международной рекламы / Э. Б. Сейфуллаева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 6. – С. 116-124.

309. Старостіна А. О. Рекламне агентство АТ „Реклама” / А. О. Старостіна // Промисловий маркетинг : Теорія та господарські ситуації : підручник / під ред. А. О. Старостіної. – К., 1997. – С. 353-362.

65.050.9(4УКР)я73

П 81

310. Стенли А. Кар'єра в маркетингу, рекламі і PR / А. Стенли ; пер. с англ. В. В. Первушиной. – 8-е изд. – СПб. : Нева, 2003. – 224 с.
65.050
С 79
311. Таранська О. Стратегічне планування у рекламних агентствах / О. Таранська // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 3. – С. 37-38.
312. Трофимова Е. Ю. Референт в рекламному агентстві : необхідність или дань моде ? / Е. Ю. Трофимова // Секретарское дело. – 2007. – № 7. – С. 67-71.
313. Тяжова М. В. Маркетингові дослідження як запорука розробки і проведення ефективної рекламної кампанії / М. В. Тяжова // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К., 2003. – Вип. 44, ч 2. – С. 16-19.
66.4(0)
А 43
314. Цибулько О. Специфічні труднощі в міжнародній рекламі / О. Цибулько // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. / Київ. нац.ун-т ім. Т. Шевченка ; відп. ред. А. Г. Дерев'янку. – К., 2006. – Вип. 58, ч. 1. – С. 107-108.
66.4(0)я43
А 43
315. Хэнсон У. Интернет-Маркетинг : учеб. пособие для вузов : пер. с англ. / У. Хэнсон ; под ред. Ю. А. Цыпкина. – М. : Юнити, 2001. – 528 с.
65.050я73
Х 99
316. Хлюст Л. П. Реклама как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций / Л. П. Хлюст, Н. О. Вербицкая // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 6. – С. 162-165.
317. Чучка І. М. Інтерактивний маркетинг : навч. посіб. для студ. ВНЗ / І. М. Чучка, І. П. Студеняк ; М-во освіти і науки України, Мукачів. технол. ін-т. – К. : Кондор, 2009. – 122 с.
65.291я73
Ч-96
318. Шушкевич С. В. Рекламные акции: взгляд изнутри / С. В. Шушкевич // Маркетинговые коммуникации. – 2006. – № 6. – С. 360-367.

II. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

6. Реклама в зарубіжних країнах

319. Белікова К. Використання релігійної тематики у сучасній європейській рекламі / К. Белікова // Історія релігій в Україні, 2014 р. : наук. щорічник / [редкол.: М. Капраль та ін.]. – Л., 2014. – Кн. 2. – С. 430-434.

86.3(4УКР)

320. Городов О. А. Основы информационного права России : учеб. пособие / О. А. Городов. – СПб. : Юрид. центр Пресс, 2003. – 304 с.
67.401(4РОС)я73
Г 70
321. Даниленко Г. Соціальна реклама в Україні та країнах Західної Європи / Г. Даниленко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. пр.] / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т міжнар. відносин ; [редкол.: Л. В. Губерський (голов. ред.) та ін.]. – К., 2006. – Вип. 64, ч. 2. – С. 248-252.
66.4я54
А 43
322. Еременко В. И. Правовое регулирование рекламы в Российской Федерации / В. И. Еременко // Государство и право. - 2009. - № 4. - С. 29-38.
323. Кнорре К. Наружная реклама : [Россия] / К. Кнорре. - М. : Бератор-Пресс, 2002. - 192 с.
65.42
К 53
324. Контекстная реклама в России: осень-2010 // Маркетинговые исследования в Украине. - 2010. - № 6. - С. 70-82.
325. Корнилова К. С. Журнальная реклама для женщин в России: исторический опыт / К. С. Корнилова // Вестник Московского ун-та. Серия 10, Журналистика. – 2008. – № 6. – С. 125-133.
326. Поляков В. А. Анализ становления мирового рекламного рынка и рекламы в России / В. А. Поляков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2. – С. 67-76.
327. Романина Н. Американская реклама 1960-х : классика жанра / Н. Романина // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 3. – С. 71-74.
328. Романюк С. К. Статистичні параметри еволюційних процесів в американському комерційному рекламному дискурсі / С. К. Романюк // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол.: Г. Л. Аркушин та ін.]. – Луцьк, 2011. – № 2 : Філологічні науки, ч. 1 : Мовознавство. – С. 97-102.
81я54
В 67
329. Ромат Є. Особливості державного регулювання реклами у країнах Європейського Союзу / Є. Ромат // Управління сучасним містом. – 2003. – № 10/12. – С. 53-62.

330. Скуленко М. І. Американська технологія створення рекламних текстів / М. І. Скуленко // Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. – 2010. – № 4. – С. 125-129.
331. Стадник С. Рынок рекламы США: беглый взгляд на великана / С. Стадник // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 6. – С. 64-67.
332. Толоконникова А. В. Перспективы современного рынка ТВ-рекламы в России / А. В. Толоконникова // Вестник Московского ун-та. Серия 10, Журналистика. – 2008. – № 3. – С. 77-84.
333. Чичурина В. Авторские права в рекламе: законодательный и правоприменительный опыт Беларуси / В. Чичурина // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень / М-во освіти і науки України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. – Луцьк, 2011. – Т. 3. – С. 79-80.

72.4(4УКР-4ВОЛ)я43

М 34

Теорія та практика міжнародної реклами [Електронний ресурс] : наук.-допом. бібліогр. покажч. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. В. Собко. - Луцьк, 2014. - 333 назви.

Подано бібліографічну інформацію, наявну у фондах бібліотеки, по теорії міжнародної реклами. Рекомендовано книги, автореферати дисертацій, статті у продовжуваних, періодичних та неперіодичних виданнях.

ББК 65я1