

Библиографический список по рекламе

1. Аакер, Д. А. Создание сильных брендов. – М.: ИД Гребенникова, 2003.
2. Айзенберг М. Менеджмент рекламы, 1993
3. Асеева Е. Н., Асеев П. В. Рекламная кампания. – М.: Приор, 2001.
4. Анхолт С. (пер. с англ. Алабина Ю.В.) Дорога к мировому рынку. – М.: Кудиц-Образ, 2005.
5. Барлоу Дж., Стюарт П. Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество. – М.: Олимп-Бизнес, 2007.
6. Барта Р. и др. Рекламный менеджмент, М, 1999
7. Бове Л, Аренс Ф. Современная реклама, 1995
8. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR: Учебное пособие для вузов. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001.
9. Бубукин А. Реклама на радио: плюсы и минусы. – М.: Смысл, 1999.
10. Бубукин А. Эфирные тайны. – М.: Смысл, 2000.
11. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и PR. – СПб.: Бизнес-пресса, 2006. - 270 с.
12. Витале Д. Гипнотические рекламные тексты, М, 2008
13. Волкова В.В. Дизайн рекламы, М, 1999
14. Гарфилд Б. Десять заповедей рекламы, СПб, 2006
15. Гермогенова Л. Эффективная реклама в России, М, 1994
16. Годин А.М., Дмитриев А.А., Бабленков И.Б. Брендинг: Учебное пособие для вузов. – М.: ИД Дашков и К, 2004.
17. Гольдман И, Добробабенко Н. Практика рекламы, Новосибирск, 1991
18. Громова Е.И., Тульчинский Г.Л., Герасимова М.В., Евланов В.Н. Брендинг: PR-технология. – СПб.: Справочники Петербурга, 2007.
19. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2002.
20. Дробо К. Секреты сильного бренда: как добиться коммерческой уникальности. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

21. Елисеева Т. А. Комплексный социально-психологический анализ коммуникативного воздействия СМИ на целевую аудиторию. Автореферат кандидатской диссертации. - М., 2004. - 31 с.
22. Зазыкн В. Психология в рекламе, М, 1992
23. Зотов В.В. Ценность бренда. – М.: Маркет ДС Корпорейшн, 2005.
24. Капферер Ж.-Н. Торговые марки. Испытание практикой. Новые реальности современного брендинга. – М.: Имидж-Контакт, 2005.
25. Каратнюк А. В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2000.
26. Картер Г. Эффективная реклама, М, 2001
27. Каспер Дж. Веркман. Товарные знаки. Создание, психология, восприятие. – М.: Прогресс, 2005.
28. Кисмерешкин В.Г. От брендинга к бренд-билдингу: Создание и продвижение фирменных товаров; Повышение марочного капитала; Российский опыт. – М.: Гелла-принт, 2005.
29. Клифтон Р., Симмонз Д. Бренды и Брендинг. – М.: Олимп-Бизнес, 2008.
30. Коули Д. Создание торговой марки: Опыт десяти наиболее успешных британских практиков (пер. с англ. Соколовой А.В., Кузнецова А.В.). – М.: Имидж-Контакт, 2005.
31. Кривонос А. Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002.
32. Кривонос А. Д. Жанры PR-текста. - СПб.: Изд-во СПб ГУ, 2001. - 201 с.
33. Лебедев А.Н. и др. Экспериментальная психология в российской рекламе, М., 1995
34. Лейн Р. Рекламные процедуры Клеппнера, СПб, 2003
35. Мамлеева Л., Перция В. Анатомия бренда. – М.: Вершина, 2007.
36. Мельников В.М. Товарные знаки за рубежом. Практика ведомств и судов. – М.: ИНИЦ Роспатента, 2000.

37. Марочкина С., Дмитриева Л., Азарова Е. Введение в специальность. Реклама. М., 2009
38. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы. Харьков, 2004
39. Моисеева Н.К., Рюмин М.Ю., Слушаенко М.В., Будник А.В. Брендинг в управлении маркетинговой активностью. – М.: Омега-Л, 2003.
40. Мокшанцев Р. Психология рекламы. М, 2000
41. Матанцев А.Н. Эффективность рекламы, М., Финпресс, 2002
42. Матанцев А.Н. Сравнение различных способов определения эффективности рекламы//Маркетинг и маркетинговые исследования в России. - 1998. - № 3
43. Музыкант В. Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы: Уч. пос. – М.: Экономистъ, 2005.
44. Музыкант В. Теория и практика современной рекламы, М, 2000
45. Нэпп Дуэйн. Политика бренда. – СПб.: ИД Вестъ, 2003.
46. Овчинникова О.Г. Ребрендинг. – М.: Альфа-Пресс, 2007.
47. Огилви Д. Откровения рекламного агента. М, 2001
48. Пронина Е.Е. Психологическая экспертиза рекламы, М, 2000
49. Райс Л., Райс Э. 22 закона создания бренда (пер. с англ. Кирьяк). – М.: АСТ, 2005.
50. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование. Битва за узнаваемость. – СПб.: Питер, 2001. - 270 с.
51. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны. – СПб.: Питер, 2007.
52. Репьев А.П. Мудрый рекламодатель. – М.: Эксмо, 2005.
53. Ромат Е. Реклама. Киев, 1996
54. Семенов Б. Рекламный менеджмент. М, 2001
55. Старобинский Э. Самоучитель по рекламе. М, 2001
56. Сэндидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика, СПб, 2001
57. Тейлор Д. Волшебство по расчету. Алгебра рекламы. М, 2008

58. Темпорал П. Эффективный бренд-менеджмент (пер. с англ. Виноградова Т.). – М.: Нева, 2004.
59. Тесакова Н.В., Тесаков В.В. Бренд и торговая марка: развод по-русски: Практика, опыт, технологии. – СПб.: Питер, 2004.
60. Томпсон М. Энергия торговой марки. – СПб.: Питер, 2001.
61. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
62. Уэллс У, Бернет Д, Мориарти С. Реклама: принципы и практика. - СПб, Питер, 2001
63. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России. М, 2000
64. Ценев В. Психология рекламы. М, 2003
65. Чармэссон Г. Торговая марка: Как создать имя, которое принесет миллионы (пер. с англ. Корпан Л.). – СПб.: Питер, 2000.
66. Шарков Ф.И. Магия бренда: Брендинг как маркетинговая коммуникация: Учебное пособие. – М.: Альфа-Пресс, 2006.
67. Ядин Д. Маркетинговые коммуникации: Современная креативная реклама: Брендинг и позиционирование; Технология копирайтинга; Создание эффективной рекламы; Базовая профессиональная терминология (пер. с англ. Веселковой М.). – М.: ФАИР-Пресс, 2003.
68. Яненко Я. Заказ и размещение рекламы: как правильно это сделать. СПб, 2005
69. Сборник нормативных документов, Законодательство о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров. – М.: Вершина, 2003.
70. <http://www.newbranding.ru>
71. <http://www.ima-consulting.ru>
72. <http://www.cfin.ru/press/boss/2000-08/10.shtml>
73. <http://www.mosresurs.ru/articles/brend.html>

74. <http://www.7st.ru/articles.phtml?id=108>
75. <http://www.ptk.ru>
76. <http://www.sznplukoil.com>
77. <http://www.neste.ru>
78. <http://spb.rbc.ru/freenews/20071219134056.shtml>

Политическая реклама:

1. Березкина О.П. Как стать депутатом или продать себя на политическом рынке: Тайны ремесла. Практические рекомендации. Тренинг. – СПб.: Издательство Буковского, 1997.- 160с.
2. Большаков С.В., Ищенко Е.П. Предвыборная агитация: взгляд изнутри. - М.: Изд-во РЦИОТ, 1999.-112с
3. Гульбинский Н.А., Сорокина Е.С. «Краткий курс» для эффективных политиков. - М.: АВАНТИ, 1999.-184с.
4. Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. – М.: Аспект-пресс,2005.- 317с.
5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344с.
6. Егорова-Гантман Е.В., Плешаков К.В. Политическая реклама.- М.: Николо - Медиа, 2002.-240с.
7. Зазыкина Е.В. Психологическая характеристика символики ведущих российских политических партий.- М.: МОСУ, 2002.-32с.
8. Зазыкина Е.В. Политический PR: символы.- М.: ООО «ЮрИнфоР-Пресс»,2003.-125с.
9. Зборовский Г.Е., Шуклина Е.А. Прикладная социология: Учебное пособие. - М.: Гардарики, 2004.-176с.
10. Лисовский С.Ф. Политическая реклама.- М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000.- 256с.
11. Лисовский С.Ф. Политическая реклама: функциональные и жанрово-стилистические особенности. - М.: МСЗН РФ, 2000.-32с.

12. Полуэктов В.В. Полевые и манипулятивные технологии. Настольная книга менеджера избирательной кампании.- М.: НП ИД «Русская панорама», 2003.- 464с.
13. Почепцов Г.Г. Символы в политической рекламе.- Киев.: Принт Сервис, 1997.-332 с.
14. Санаев А. Русский PR в бизнесе и политике.- М.: Ось-89,2003.- 240с.
15. Сегела Ж. Национальные особенности охоты за голосами.- М.: Вагриус,199.- 263с.
16. Шалак В.И. Контент-анализ. Приложения в области: политологии, психологии, социологии, культурологии, экономики, рекламы / Российская академия наук; Ин-т философии; В.И. Шалак. – М.: Омега Л, 2004. - 272с.
17. Шомова С.А. Политические шахматы. Паблик рилейшнз как интеллектуальная игра.- М.: РИП-холдинг, 2003.-214с.
18. Черепанова И.Ю. Дом колдуньи. Суггестивная лингвистика.- СПб.: Лань, 1996. - 208с.
19. Черепанова И.Ю. «Ангельский огонь»: Красные PR России.- М.: «КПС+», 2003.- 928с.