**Мир рекламы**

Выставка в Гуманитарном информационном центре ЗНБ УрФУ (январь, 2021 г.)

1. Абдульманов С. Евангелист бизнеса. Рассказы о контент-маркетинге и бренд-журналистике в России / С. Абдульманов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 214 с. – ISBN 978-5-00100-804-0.
2. Алешин Л. И. Мультимедиа и реклама : учеб. пособие / Л. И. Алешин. – Москва : Литера, 2012. – 375 с. – (Современная библиотека). – ISBN 978-5-91670-094-7.
3. Асланов Т. Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов / Т. Асланов. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2016. – 174 с. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»). – ISBN 978-5-496-02085-5.
4. Балашова Е. В. Библиотечная реклама: традиции и современные направления : учеб.-метод. пособие / Е. В. Балашова. – Москва : Литера, 2013. – 185 с. – (Современная библиотека). – ISBN 978-5-91670-097-8.
5. Бергер Й. Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными / Й. Бергер ; пер. с англ. Е. Ивченко. – Москва : АСТ : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 213 с. – ISBN 978-5-91657-942-0.
6. Бердышев С. М. PROMO без проблем : технические вопросы проведения промоутерских акций / С. Н. Бердышев. – Москва : ГроссМедиа : Росбух, 2008. – 335 с. – ISBN 978-5-476-00589-6.
7. Берман М. Реклама, которая работает / М. Берман ; [пер. с англ.: Е. И. Недбальская]. – Минск : Попурри, 2010. – 352 с. – ISBN 978-985-15-1040-1.
8. Витале Д. Гипнотические рекламные тексты. Как искушать и убеждать клиентов одними словами / Д. Витале ; пер. с англ. А. В. Гарбарук. – Москва : Эксмо, 2009. – 269 с. – ISBN 978-5-699-38501-0.
9. Годин А. А. Интернет-реклама : учеб. пособие / А. А. Годин, А. М. Годин,
В. М. Комаров. – Москва : Дашков и К°, 2010. – 168 с. – ISBN 978-5-394-00465-0.
10. Гречин Е. Создание брендов. Развитие и применение идей Эла Райса на российском рекламном рынке / Е. Гречин. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013. – 207 с. – ISBN 978-5-496-00235-6.
11. Гуров Ф. Н. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф. Н. Гуров ; Рос. ассоциация по связям с общественностью. – Москва ; Санкт-Петербург : Вершина, 2008. – 132 с. – ISBN 978-5-9626-0408-4.
12. Денисенкова А. Как провести шумную рекламную кампанию малыми средствами /
А. Денисенкова. – Москва : АСТ : Хранитель, 2008. – 122 с. – (Серия «Как заработать»). –
ISBN 978-5-17-042347-7. – ISBN 978-5-9713-4322-6. – ISBN 978-5-9762-3489-5.
13. Джойнер М. Секреты создания массового спроса. Как продать ваш продукт или услугу жаждущей толпе за три секунды и. даже меньше / М. Джойнер ; пер. с англ. О. В. Завалий. – Москва : NT Press, 2006. – 192 с. – (Библиотека лидера).
14. Джорж С. Д. Организация, ориентированная на рынок. Как понять, привлечь и удержать ценных клиентов : интересные идеи и практ. советы по немедлен. применению / Д. С. Дэй ; пер. с англ. В. И. Кузина. – Москва : Эксмо, 2008. – 303 с. – (Клиентомания). – ISBN 978-5-699-22667-2.
15. Дударова Б. О. Правовое регулирование рекламной деятельности : курс лекций /
Б. О. Дударова, С. А. Пузыревский ; отв. ред. С. А. Пузыревский ; Моск. гос. юрид. ун-т им. О. Е. Кутафина. – Москва : Норма : Инфра-М, 2014. – 255 с. – ISBN 978-5-91768-522-9.
16. Дьяченко И. В. Реклама кино как социокультурный феномен : социол. анализ / И. В. Дьяченко ; Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : УрФУ, 2011. – 63 с. – ISBN 978-5-8295-0064-1.
17. Иванова К. А. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов. Правовые и этические аспекты. Классификация и примеры PR-материалов / К. А. Иванова. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2005. – 141 с. – ISBN 5-469-00422-8. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
18. Измайлова М. А. Психология рекламной деятельности : практ. пособие / М. А. Измайлова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2012. – ISBN 978-5-394-01488-8.
19. Иншакова Н. Г. Помощник рекламиста, или Редактор рекламных текстов /
Н. Г. Иншакова. – Москва : МЦФЭР, 2005. – 288 с. – ISBN 5-7709-0342-2.
20. Каплунов Д. Копирайтинг массового поражения / Д. Каплунов. – Санкт-Петербург
[и др.] : Питер, 2013. – 255 с. – (Маркетинг для профессионалов). – ISBN 978-5-459-00680-3.
21. Карпова С. В. Международное рекламное дело : учеб. пособие / С. В. Карпова ; Финансовая акад. при Правительстве РФ. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : КноРус, 2007. – 288 с. – ISBN 978-5-85971-608-1.
22. Кафтанджиев Х. Гармония в рекламной коммуникации / Х. Кафтанджиев ; пер. с болг. С. Кировой. – Москва : Эксмо, 2005. – 367 с. – (Серия «Профессиональные издания для бизнеса»). – ISBN 5-699-09980-8.
23. Кеннеди Д. Продающее письмо. Как правильно написать рекламное письмо, чтобы привлечь максимальное число клиентов / Д. Кеннеди ; пер. с англ. И. Щербакова. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с. – ISBN 978-5-91657-921-5.
24. Кислов Д. В. Маркетинг и реклама: налогообложение и бухгалтерский учет : практ. пособие / Д. В. Кислов. – Москва : Омега-Л, 2010. – 235 с. – (Бухгалтерский учет и налогообложение). – ISBN 978-5-370-01317-1.
25. Краснов И. В. Indoor-реклама : учеб. пособие / И. В. Краснов. – Москва : Моск. финансово-пром. ун-т «Синергия», 2014. – 55 с. – ISBN 978-5-4257-0166-4.
26. Краузе Д. Разработка логотипа. Большая книга дизайнерских идей, подходов и концепций / Д. Краузе ; пер. с англ. И. Рузмайкиной. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013. – 271 с. – ISBN 978-5-496-00186-1.
27. Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы / О. П. Лидовская. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2008. – 140 с. – (Готовые маркетинговые решения). – ISBN 978-5-91180-967-6.
28. Мандель Б. Р. Социальная реклама : учеб. пособие / Б. Р. Мандель. – Москва : Вузовский учебник : Инфра-М, 2012. – 301 с. – (Вузовский учебник). – ISBN 978-5-9558-0177-3. – ISBN 978-5-16-004483-5.
29. Миллер М. YouTube для бизнеса. Эффективный маркетинг с помощью видео /
М. Миллер ; пер. с англ. М. Фербера. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 297 с. – ISBN 978-5-91657-393-0.
30. Миллер Р. Е. Новая стратегия продаж / Р. Е. Миллер, Е. Х Стивен при участии Т. Тулеха ; пер. М. Григорьева. – Москва : Лори, 2008. – 448 с. – ISBN 978-5-85582-262-5.
31. Мозер К. Психология маркетинга и рекламы : [пер. с нем.] / К. Мозер ; науч. ред.
М. А. Круглова. – Харьков : Гуманитарный центр, 2013. – 335 с. – ISBN 978-617-7022-03-8.
32. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Академия, 2007. – 288 с. – (Высшее профессиональное образование. Туризм). – ISBN 978-5-7695-3909-1.
33. Наружная реклама / сост. Н. В. Аниськина. – Москва : Форум, 2013. – 207 с. – (Высшее образование. Бакалавриат). – ISBN 978-5-91134-788-8. – ISBN 978-5-16-009032-0.
34. Нархов Д. Ю. Реклама: управленческий аспект : учеб. пособие / Д. Ю. Нархов,
Е. Н. Нархова ; М-во образования и науки РФ, Урал. федер. им. первого Президента России Б. Н. Ельцина ; науч. ред. Н. Б. Серова. – 3-е изд., стер. – Москва ; Екатеринбург : Флинта : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 261 с. – ISBN 978-5-9765-3181-9. – ISBN 978-5-7996-2240-4.
35. Овчинникова Н. Н. Рекламное дело : курс лекций / Н. Н. Овчинникова. – Москва : Эксмо, 2010. – 334 с. – (Учебный курс: кратко и доступно!). – ISBN 978-5-699-40887-0.
36. Овчинникова Р. Ю. Социокультурные основания и специфика кича в графическом дизайне : монография / Р. Ю. Овчинникова ; Ом. гос. техн. ун-т. – Москва : Магистр : Инфра-М, 2015. – 135 с. – ISBN 978-5-9776-0335-5. – ISBN 978-5-16-010358-7. – ISBN 978-5-16-102343-3.
37. Огилви Д. Огилви о рекламе / Д. Огилви ; пер. с англ. А. Гостева, Т. Новиковой. – Москва : Эксмо, 2009. – 284 с. – (Академия рекламы). – ISBN 978-5-699-31088-3.
38. Пендикова И. Г. Архетип и символ в рекламе : учеб. пособие / И. Г. Пендикова, Л. С. Ракитина ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2008. – 303 с. – (Азбука рекламы). – ISBN 978-5-238-01423-4.
39. Пятнами красок, звоном лозунгов. Книжно-плакатное творчество Маяковского / Ин-т лит. им. А. М. Горького Рос. акад. наук ; редкол.: В. Н. Дядичев [и др.] ; сост. В. Н. Терехина. – Москва ; Санкт-Петербург : Нестор-История, 2016. – 399 с. – ISBN 978-5-4469-0829-2.
40. Резепов И. Ш. Психология рекламы и PR : учеб. пособие / И. Ш. Резепов. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2012. – 223 с. – ISBN 978-5-394-01553-3.
41. Реклама в ресторанном бизнесе : учеб. пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Ю. К. Пирогова [и др.]. – Москва : Академия, 2011. – 175 с. – (Высшее профессиональное образование. Индустрия питания). – ISBN 978-5-7695-7421-4.
42. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : учеб. пособие / М-во образования и науки РФ, Воронеж. гос. ун-т ; под ред. В. В. Тулупова. – Воронеж : ВГУ, 2015. – 371 с. – ISBN 978-5-9273-2223-7.
43. Слободянюк Э. П. Настольная книга копирайтера / Э. П. Слободянюк. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 198 с. – ISBN 978-5-91657-167-7.
44. Третьякова Т. Н. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие /
Т. Н. Третьякова. – Москва : Академия, 2008. – 264 с. – (Высшее профессиональное образование. Туризм). – ISBN 978-5-7695-4455-2.
45. Ульяновский А. В. Реклама в сфере культуры : учеб. пособие / А. В. Ульяновский. – Санкт-Петербург [и др.] : Лань : Планета музыки, 2012. – 515 с. – (Учебники для вузов. Специальная литература). – ISBN 978-5-8114-1353-9 – ISBN 978-5-91938-059-7.
46. Федеральный закон «О рекламе» : текст с изменениями и доп. на 2014 год. – Москва : Эксмо, 2014. – 62 с. – (Актуальное законодательство). – ISBN 978-5-699-70253-4.
47. Франц В. А. Управление общественным мнением : учеб. пособие / В. А. Франц ; М-во образования и науки РФ, Ин-т гос. упр. и предпринимательства Урал. федер. ун-та им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 133 с. – ISBN 978-5-7996-1750-9.
48. Франц В. А. Управление общественным мнением : учеб. пособие / В. А. Франц ; Урал. федер. ун-т им. первого Президента России Б. Н. Ельцина. – Москва : Юрайт ; Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 132 с. – (Университеты России). – ISBN 978-5-534-05582-5. – ISBN 978-5-7996-1750-9.
49. Фролов С. С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия. Коммуникации. Имидж. Брендинг / С. С. Фролов. – Москва : Либроком, 2011. – 368 с. – ISBN 978-5-397-01538-7.
50. Фрумкин Г. М. Сценарное мастерство: кино-телевидение-реклама : учеб. пособие / Г. М. Фрумкин. – Изд. 5-е. – Москва : Парадигма : Академический Проект, 2013. –
223 с. – (Gaudeamus) (Учебное пособие). – ISBN 978-5-8291-1475-6. – ISBN 978-5-902833-37-6.
51. Чернатони Л. де. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / Л. де Чернатони, М. МакДональд ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – 3-е изд. – Москва : Юнити-Дана, 2006. – 543 с. – (Зарубежный учебник).
52. Шишова Н. В. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. – Москва : Инфра-М, 2015. – 298 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-16-004794-2.
53. Шматов Г. А. Основы экономико-математической теории медиапланирования / Г. А. Шматов ; науч. ред. Е. В. Попов. – Москва : Ленанд, 2019. – 439 с. – ISBN 978-5-9710-5723-9.
54. Шугерман Д. Искусство создания рекламных посланий : справочник выдающегося американского копирайтера : пер. С. М. Кировой / Д. Шугерман. – Москва : Манн, Иванов и Фербер : Эксмо, 2013. – 391 с. – ISBN 978-5-91657-609-2.
55. Шуст А. Текст, который продает товар, услугу или бренд / А. Шуст. – Москва : АСТ, 2018. – 351 с. – (Нонфикшн Рунета). – ISBN 978-5-17-107829-4.
56. Яковлев А. Контекстная реклама. Основы, секреты, трюки / А. Яковлев, А. Довжиков. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2012. – 246 с. – ISBN 978-5-9775-0737-0.

Составители А. В. Кирбижекова, Е. С. Сорокина