

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Закон Луганской Народной Республики «О рекламе»: от 07.04.2017 № 155-П. — Луганск: \[б. и.\], 2017. — 47 с.](#)
2. [Основы рекламы: Учебник / К. В. Антипов. — 3-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 328 с.](#)
3. [Основы рекламы: учебник/Полукаров В. Л. — М. : Дашков и К, 2004. — 201 с.](#)
4. [Основы рекламы: Учебник/Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: Наука, 2005. — 281 с.](#)
5. [Паблик Рилейшенз: учеб. пособ. / Ф. Джефкинс, Д. Ядин. — М.: Юнити-Дана, 2003. — 253 с](#)
6. [Паблик рилейшнз для профессионалов Автор: Почепцов Г. Г. Издательство: РЕФЛ-бук, Ваклер: Киев издание: 6-е Год издания: 2005](#)
7. [Реклама: учеб. пособие для вузов/ Джефкинс Ф. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 53 с.](#)
8. [Ромат Е.В. Реклама: учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2002.](#)
9. [Татарина Г.Н. Введение в специальность «Связи с общественностью». Учебно-методическое пособие. - Омск: Издательство ОмГТУ, 2000 г., 45 стр.](#)
10. [Харрисон Ш. Связи с общественностью: Вводный курс / Пер. с англ. под ред. Г.Е. Алпатова. - СПб.: Издательский Дом «Нева»; М.: ОЛМА- ПРЕСС Инвест, 2003. - 368 с.](#)