

## МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### Основная литература:

- 1 [Акулич М. Конспект копирайтера. — \[б. м.\] : \[б. и.\], 2010. — 69 с.](#)
- 2 [Асланов Т. PR-тексты. Как зацепить читателя. — СПб.: Питер, 2017. — 176 с.: ил.](#)
- 3 [Бенсивенг Г. Секреты копирайтера. — \[б. м.\] : \[б. и.\]. — 133 с.](#)
- 4 [Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR : учебное пособие / Б.Л. Борисов. — М. : Фаир-Пресс, 2001. — 624 с.](#)
- 5 [Борисова Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Е. Ю. Геймбух. — М. : Юрайт, 2017. — 275 с.](#)
- 6 [Булатова Э. В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учеб. пособ. — Екатеринбург : УФУ, 2012. — 264 с.](#)
- 7 [Джефкинс Ф. Паблик Рилейшенз : учеб. пособ. / Ф. Джефкинс , Д. Ядин. — М. : Юнити-Дана, 2003. — 253 с.](#)
- 8 [Ильяхов М. Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст. — М. : Альпина паблишер, 2017. — 440 с.](#)
- 9 [Каплунов Д. Бизнес-копираинг. Как писать серьезные тексты для серьезных людей. — М. : \[б. и.\], 2015. — 372 с.](#)
- 10 [Морозова И. Слагая слоганы. — М.: РИП-холдинг, 2003. — 172 с.](#)

Перечень рекомендуемой литературы не исчерпан. Студенты, слушатели могут использовать и другие источники, особенно новейшие периодические издания.