**Рекомендована література**

**Основна:**

1. Владимирська А. Реклама : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / А. Владимирська, П. Владимирський. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.
2. Волкова В.В. Дизайн рекламы : учеб. пособ. / В. Волкова. – М. : Книжный дом «Универститет» ; Ростов н/Д : Феникс, 1999. – 345 с.
3. Джефкінс Ф. Реклама : практ. посіб. / Ф. Джефкінс. ‒ К. : Знання, 2008. – 565 с.
4. Иванова К. Копирайтинг : секреты составления рекламных и PR-текстов / К. Иванова. – Спб. : Питер, 2005. – 144 с.
5. Миронов Ю.Б. Основи рекламної діяльності: навч. посіб. / Ю.Б. Миронов, Р.М. Крамар. **–** Д. : Посвіт, 2007. – 108 с.
6. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Б. А. Обритько – К.: МАУП, 2002 – 240 с.

Додаткова

1. Про видавничу справу : Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1997. –№ 32. – ст. 206.
2. Про захист прав споживачів : Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1991. – №30. – ст. 379.
3. Закон України «Про захист суспільної моралі» // Відомості Верховної Ради (ВВР). ‒ 2004. ‒ № 14. ‒ Ст.192.
4. Закони України «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради (ВВР). ‒ 1996. ‒ № 39. ‒ Ст. 192.
5. Безлатный Д. В. Психология в рекламе: искусство манипуляции общественным сознанием / Д. В. Безлатный. ‒ М. : ООО «Ваш полиграфический партнер», 2011. ‒ 236 с.
6. Бессана А. Реклама та нематеріальні активи італійського образотворчого мистецтва та пейзажного живопису / А. Бессана // Журн. європ. економіки. – 2013. – 12№ 3. – С. 317-332.
7. Бироваш М. Эпоха возвращения [Текст] : укр. реклам. рынок восстановился от последствий глобал. кризиза и бросился в погоню за польским и русским / М. Бироваш, И. Коберник // Корреспондент. – 2012. – № 7. – С. 34-36.
8. Бове Кортленд Л. Современная реклама / К. Бове, У. Аренс ; пер. с англ. В. Б. Боброва ; Общ. ред. О. А. Феофанова. – М. : Довгань, 1995. – 704 с.
9. Богачевська О. І. Світові тенденції розвитку рекламної індустрії та їхній вплив на вітчизняний ринок рекламних послуг / О. І. Богачевська // Формув. ринк. відносин в Україні. – 2013. – № 3. – С. 175-178.
10. Богданова О. Значущі тенденції рекламного ринку [Текст] / О. Богданова // Журналіст України. – 2013. – № 11. – С. 37-39.
11. Божкова В. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб. / В. Божкова, Ю. Мельник. – К. : Центр навч. літ., 2009. – 200 с.
12. Бойко А. Реклама на нестандартних носіях: класифікаційний аспект // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2015. – 7/8. – С. 30-34.
13. Булик Ю. В. Рекламний текст у релігійній сфері / Ю. В. Булик // Мас. комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – № 1. – С. 97-101.
14. В Україні сексизму немає! або Успішний досвід ТОВ «Єврокар» відмови від сексизму у рекламній комунікації // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 4. – С. 29-37.
15. Винсент Л. Легендарные бренды : раскрученные рекламные мифы, в которые поверил весь мир / Л. Винсент ; пер. с англ. Т. Новиковой. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. – 336 с.
16. Вишеславський Г. Термінологія сучасного мистецтва. Означення, неологізми, жаргонізми сучасного візуального мистецтва України / Г. Вишеславський, О. Сидор-Гібелинда. ‒ Париж-Київ, 2010. ‒ 416 с.
17. Владимирская А. Нестандартный учебник по рекламе. Рекламные игры для взрослых / Анна Владимирская, Петр Владимирский. — Ростов н/Дону : Феникс, 2005. — 320 с.
18. Воеводина М. И. Социокультурные аспекты трансформации эстетосферы / М. И. Воеводина // ГБОУ ВПО Ставропольский государственный педагогический институт // [Электронный ресурс]. ‒ Режим доступа : http://www.science-education.ru/pdf/2014/5/445.pdf-7 с.
19. Волошина Н. Реклама у виданнях : оформлення та облік : [видав. діяльн.] / Н. Волошина // Все про бух. облік. – 2011. – № 68. – С. 11-14.
20. Ганжин В. Основы рекламного мышления : учеб. пособ. / В. Ганжин. – М. : Фонд НИМБ, 2001. – 289 с.
21. Ганін С. Деякі питання порушення законодавства про рекламу // Юридичний журнал. ‒ 2002. ‒ №5. – С. 17-19.
22. Герус О. І. Реклама як соціокультурне поле: дискурсивна складова // Грані. – 2015. – 5. – С. 37-41.
23. Геттинс Д. Секреты создания рекламных материалов, или неписаные правила копирайтинга / Д. Геттинс ; пер. с англ. А. Строкова. – М. : Аст, Астрель, 2007. – 186 с.
24. Голік О. Реклама з використанням "зірок": етичний аспект // Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2016. – 9/10. – С. 64-68.
25. Головлева Е. Основы рекламы : учеб. пособ. / Е. Головлева. – М. : Изд. дом «Главбух», 2003. – 269 с.
26. Головня И. «Золотой век» фотографии : попул. истор. очерк / И. Головня. – М. : Галарт, 2009. – 142 с.
27. Голядкин Н. Творческая телереклама (из американского опыта) / Н. Голядкин. – М., 2000. – Ч. 1, 2. – 490 с.
28. Горбенко Г. Проблеми застосування соціальної реклами в управлінні суспільними процесами в Україні / Г. Горбенко // Вісн. Книжк. палати. – 2014. – № 3. – С. 42-45.
29. Дейан А. Реклама / А. Дейан ; пер. с фр. В. Петрова. – Спб. : Нева, 2003. – 127 с.
30. Дизайн : Очерки теории системного проектирования. – Сб.-М., 1983.
31. Дорохина М. О. Языковая игра в рекламе / М. О. Дорохина // Азия и Африка сегодня. – 2013. – № 5. – С. 62-64.
32. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы : реклама, разрушающая общепринятое / Ж.-М. Дрю ; пер. с англ. Д. Раевской. – Спб. : Питер, 2003. – 271 с.
33. Дурняк Б.В. Розробка і дизайн рекламних видань : навч. посіб. / Б.В. Дурняк, А.Є. Батюк. – К. : Українська академія друкарства, 2005. – 315 с.
34. Зайко Л. Маніпуляційний складник масмедійної реклами та її вплив на суспільну свідомість // Мандрівець. – 2015. – 6. – С. 50-53.
35. Іванченко Р. Текст у рекламі / Р. Іванченко // Друкарство. – 2001. – № 4. – 24-25 с.
36. Канарский А. К. Диалектика эстетического процесса / А.С. Канарский. ‒ К. : ЗАО «Мироновская типография», 2008. ‒ 379 с.
37. Капинус Л. В. Сучасні тенденції розвитку електронної реклами / Л. В. Капинус // Акт. пробл. економіки. – 2012. – № 2. – С. 291-295.
38. Кассандр А. М.. Французский плакат первой половины ХХ века. История графического дизайна / Адольф Мурон Кассандр // [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://alldayplus.ru/design\_art\_photo/culture/7509-am-cassandre-adolf-muron-kassandr-francuzskiy-plakat-pervoy-poloviny-hh-ekaistoriya-graficheskogo-dizayna.html
39. Козлов В.А. Реклама в системе маркетинга : учеб. пособ. / В. Козлов. – М. : Московский коммерческий институт, 1990. – 300 с.
40. Комарова Л.Реклама – це сучасне мистецтво // Відкритий урок: розробки, технології, досвід. – 2015. – 4. – С. 48-51.
41. Костина А. В. Эстетика рекламы / А. В. Костина. ‒ М. : ООО «Вершина», 2003. ‒ 304 с.
42. Кошетарова Л. Н. Реклама как феномен эстетической культуры / Л. Н. Кошетарова // Реклама и искусство: Сборник научных трудов. В 2-х т./ [под ред. Т. А. Дьяковой]. ‒ Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2011. ‒ Т. 1. ‒ 172 с.
43. Кривцун О. А. Эстетика : Учебник / О. А. Кривцун. ‒ М. :Аспект- Пресс, 1998. ‒ 430 с.
44. Кущ П. Що ти зробив під час телереклами? / П. Кущ // Уряд. кур’єр. – 2012. – № 78. – С. 20.
45. Левчук Л. Т. Українська естетика: традиції та сучасний стан. Монографія. / Л.Т. Левчук. ‒ Черкаси : МАКЛАУТ, 2011. ‒ 340 с.
46. Легенький Ю. Г. Система моди: культурологія, естетика, дизайн. / Ю. Г. Легенький, Л. П. Ткаченко. ‒ К. : ДАЛПУ, 1998. ‒ 224 с.
47. Лесник О. Психологические и языковые аспекты рекламы / О. Лесник // Персонал. – 2001. – № 9. – 56-59с.
48. Лылык И. Блеск и нищета рекламного креатива / И. Лылык // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 4. – С. 17-23.
49. Лященко А. Реклама як соціокультурне явище в системі масової комунікації : автореф. дис... канд. наук із соц. комунікацій. – К., 2009. – 16 с.
50. Назайкин А.Н. Ефективная реклама в прессе : практ. пособ. / А. Назайкин. – М. : ООО «Гелласпринт», 2000. – 304 с.
51. Назаров М.М. Знаковая структура телевизионной политической рекламы / М. Назаров, М. Папантилу // Полис. – 2001. – № 2. – С. 147-148.
52. Наконечна О. П. Естетичне як тип духовності: Монографія /Ольга Павлівна Наконечна. ‒ Рівне, 2002. ‒ 202 с.
53. Непийвода Н. Мовні ігри та гумор в рекламному тексті / Н. Непийвода // Українська мова та література. – 2001. – № 12 . – С. 9-11.
54. Нестеренко О.И. Краткая энциклопедия дизайна / О.Нестеренко. – М. : Молодая гвардия, 1994. –150 с.
55. Огилви Д. Тайны рекламного двора / Д. Огилви. ‒ М. : Ассоциация рекламных работников, 1993. ‒ 109 с.
56. Оленина Е. Реклама как художественно-эстетическая ценность / Е. Оленина. ‒ Харьков: ХГАК, 1999. ‒ 55 с
57. Оленіна О. Сучасні тенденції розвитку реклами в галузі художньої культури/ О. Оленіна // Культура України : Зб. наук. пр. / Харк.держ. акад. культури; Відп. ред. О. Г. Стахевич. ‒ Х. : ХДАК, 2002. ‒ Вип. 9. ‒ Мистецтвознавство. — 306 с.
58. Оленіна О. Ю. Трансформації мистецтва в комунікативній культурі соціуму: Монографія / О. Ю. Оленіна. ‒ Х. , 2010. ‒ 256 с.
59. Організація та проведення соціальної рекламно-інформаційної кампанії : метод. посіб. / Представництва благодійної організації «Кожній дитині» в Україні, Держ. ін-т розвитку сім’ї та молоді. – К. : Фенікс, 2007. – 108 с.
60. Павловская Е. Дизайн рекламы: поколение NEXT /Е. Павловская. ‒ Спб. : Питер, 2003. ‒ 320 с.
61. Панкратов С. Рекламная деятельность: учеб. для студ. вузов. ‒ 6ю зд., перераб. и доп. / С. Панкратов, Ю. Баженов, Т. Серегина, В. Шахурин. ‒ М. : Издательско-торговая корпорация ‒ Дашков и К‖, 2003. ‒ 362 с.
62. Полковенко Т. Реклама книжкових і газетно-журнальних видань у контексті розвитку новостворених видавництв / Т. Полковенко // Вісн. Книжк. палати. – 2013. – № 9. – С. 9-11.
63. Полукаров В. Рекламная коммуникация : учеб. пособ. / В. Полукаров. – М. : Палеотип, 2003. – 343 с.
64. Пономарів О. Ще раз про мову реклами / О. Пономарів // Урок української. – 2003. – № 2. – С. 23-25.
65. Примак Т. Рекламний креатив : навч. посіб. / Т. Примак ; ред. Л. Кучеренко. – К. : КНЕУ, 2006. – 328 с.
66. Реклама : словник термінів / Р. Іваченко. – К., 1998. – 208 с.
67. Реклама в пресі // Податки та бухоблік. – 2002. – № 32. – С. 29-30.
68. Реклама на транспортних засобах // Бухгалтерія. – 2002. – 30 верес. – С. 3.
69. Рекламне оголошення : більше оригінальності // Податки та бухоблік. – 2002. – № 4. – С. 29.
70. Рижко І. В. Зовнішня реклама: види та прийоми, що забезпечують її ефективність / І. В. Рижко, Т. Ю. Хлопук, М. А. Рожило // Мас. комунікація: історія, сьогодення, перспективи. – 2012. – № 1. – С. 39-42.
71. Розенталь Д.Э. Язык рекламных текстов : учеб. пособ. для вузов / Д.Э Розенталь, Н.М Кохтев. – М. : Высш. шк., 1981. – 127 с.
72. Розробка і практичне впровадження стандартів реклами, вільної від гендерної дискримінації // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 1. – С. 4-7.
73. Ромат Е. Реклама : учеб. для вузов / Е. Ромат. – К.-Х. : НВФ «Студцентр», 2000. – 480 с.
74. Ромат Є. До питання про роль реклами у сучасному суспільстві / Є. Ромат // Зб. наук. праць НАДУ при Президентові України. – 2003. – №2. – С. 573-584.
75. Сальникова Е.В. Эстетика рекламы: Культурные корни и лейтмотиви / Е.В.Сальникова. ‒ Спб.: Алетея. ‒ 2001. ‒ 288 с.
76. Сивулка Дж. Мыло, секс и сигареты : История американской рекламы / Дж. Сивулка. – СПб., М., Харьков, Мн., 2002.
77. Слободян М. 10 рабочих фишек в составлении интернет-рекламы / М. Слободян // Маркетинг в Україні. – 2013. – № 6. – С. 38-40.
78. Смирнова Т. В. Мовленнєва структура рекламного тексту як засіб формування впливу на соціальну поведінку людини [Електронний ресурс] / Т. В. Смирнова // Журналістика : [зб. док.]. – Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=3433 с. – Загол. з екрана.
79. Советский рекламный плакат, 1917–1932. Торговая реклама. Зрелищная реклама: Альбом / Авт. текста В.Н. Ляхов. – М.: Советский художник, 1972.
80. Тангейт М. Всемирная история рекламы / Марк Тангейт [пер. с англ. А. Золотагин, В. Ибрагимов]. ‒ М. : Альпина Бизнес Брук, 2008. ‒ 270 с.
81. Тертичний О. О. Особливості використання сучасних рекламних засобів / О. О. Тертичний // Зовн. торгівля: економіка, фінанси, право. – 2014. – № 2. – С. 150-154.
82. Ученова В. История рекламы : учеб. / В. Ученова, Н. Старых. – С-Пб. : Питер, 2002. – 303 с.
83. Філіповіч О. Ефективність різних рекламних прийомів у банерній рекламі : [англ. мовою] / О. Філіповіч, В. Марінковіч // Акт. пробл. економіки. – 2013. – № 6. – С. 470-476.
84. Хаміч С. Ю. Реклама та рекламна діяльність у сучасному вимірі: монографія / С. Ю. Хаміч, Ю. М. Варич, М. В. Матвієць. ‒ Дніпропетровськ : Вид-во «Маковецький», 2011. ‒ 144 с.
85. Хлюст Л. П. Реклама как элемент комплекса маркетингових коммуникаций / Л. П. Хлюст, Н. О. Вербицкая // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2013. – № 6. – С. 162-165.
86. Хопкинс К. Научная реклама / К. Хопкинс. – М. : Эксмо, 2007. – 125 с.
87. Храповецька С. Українська реклама : проблеми мовної безграмотності / С. Храповецька // Українська мова та література. – 2001. – № 8. – С. 5.
88. Шульц Д. Брендология. Правда и вымыслы о брендинге / Дон Е. Шульц, Хейди Ф. Шульц [пер. с англ. В. В. Волкова]. ‒ М. : РИПОЛ классик, 2006. ‒ 256 с.

**Інформаційні ресурси**

1. Бугрим В.В. Виды регулирования рекламной деятельности.- www.bugrym.com; www.medialaw.ru
2. Сайт опору тотальній відеодії // http://kontrreklama.go.ru
3. Телевізійний Інтернет-проект "Ночной странник" / Ночь пожирателей рекламы // www.nightstranger.ru/downloads/commercial.htm
4. AGB Ukraine // http://www.agb.com.ua/
5. Euroindex // http://www.euroindex.ua
6. Gallup.ru // www.galllup.ru
7. InoPressa // www.inopressa.ru
8. Rex // http://rex.ua