

## ЛИТЕРАТУРА И РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### **Литература основная:**

1. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR- технологии / П. А. Кузнецов. Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2015.
  2. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография под ред. Колокольцева Т.Н. Москва: Флинта, 2015.
  3. Халилов Д. М. Маркетинг в социальных сетях. Манн, Иванов и Фербер, 2015.
  4. Goddard A. The Language of Advertising: Written Texts Psychology Press, 2002.
  5. Wharton C. Advertising: Critical Approaches. Routledge, 2014.
- Pereira M. H. Other sides of Advertising Text and Context. GRIN Verlag, 2012.

### **Литература дополнительная:**

6. Аниськина Н., Колышкина Т. Модели анализа рекламного текста. М.: Инфра-М/Форум, 2013.
7. Обидин, Д. Л. Технология создания рекламного текста. Москва: Издательский центр МАТИ, 2014.
8. Иншакова Н. М. Рекламный и пиар-текст. Основы редактирования: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2014.
9. Смирнов В.В. Природа и язык радиокommunikации: Москва: Флинта, 2014.
10. Strunk W. Jr. The Elements of Style Workbook: A Writing with Grammar Book (With New Lessons on Writing with Style). A Curriculum Publishing Company, 2015.
11. Strunk W. Jr., White E. B. The Elements of Style, Fourth Edition. Test editor, 1999.
12. Shaw M. Copywriting: Successful Writing for Design, Advertising and Marketing. Laurence King Publishing LTD, 2012.
13. Kotler P., Kartajaya H. Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons Inc, 2015.
14. Kaufman I., Horton C. Digital Marketing: Integrating Strategy and Tactics with Values, A Guidebook for Executives, Managers, and Students, Routledge, 2014.
15. Ackerman A., Puglisi B. The Emotion Thesaurus: A Writer's Guide to Character Expression. Routledge, 2012.
16. Grigsby M. Marketing Analytics: A Practical Guide to Real Marketing Science. Kogan Page Limited, 2015.
17. Steiner E., Yallop C. Exploring Translation and Multilingual Text Production: Beyond Content. Walter de Gruyter, 2001
18. Struhl S. Practical Text Analytics: Interpreting Text and Unstructured Data for Business Intelligence (Marketing Science). Kogan Page Limited, 2015.
19. Simola J., Hyönä J., Kuisma J. Perception of visual advertising in different media: from attention to distraction, persuasion, preference and memory. Frontiers Media SA, 2015.

### **Ресурсное обеспечение:**

*Кадры.* Преподавание планируется осуществлять силами преподавательского состава ЧОУ ДПО «Форм».

*Материально-техническая база.*

Ноутбуки, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях)