

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України**

**Запорізький національний технічний університет**

**Бібліотека**

# **Сучасні види реклами**

**Рекомендаційний покажчик літератури**

**Запоріжжя**

**2011**

Сучасні види реклами : бібліографічний покажчик / Укладач О.Ю. Бут. – Запоріжжя: ЗНТУ, 2011. – 24 с.

Бібліографічний покажчик складено за матеріалами книг, статей з журналів українською та російською мовами за 1999-2011 роки (211 назви).

Укладач О.Ю. Бут

Комп'ютерний набір О.Ю. Бут

Сучасна реклама намагається спочатку створити умови для усвідомлення покупцем рекламного звернення, здійснення ним покупки та забезпечення не одноразового, а сталого процесу купівлі. Тому реклама — це єдиний елемент маркетингу, який починається з намагання зрозуміти споживача, його запити й потреби. Через те рекламні дослідження здійснюються в багатьох аспектах: аналіз товару, вивчення ринку, аналіз можливостей засобів масової інформації та носіїв комунікації. Проте основне — дослідити характеристики споживачів і з'ясувати можливі мотивації їхньої поведінки.

Сучасна реклама має у своєму розпорядженні широку наукову базу. Вона озброєна засобами досліджень, що розроблялися упродовж століть видатними соціологами. В Україні, як і загалом у світі, рекламу розглядають як провідну складову та інформативну силу маркетингових комунікацій. Підвищена зацікавленість психологічними факторами впливу реклами пояснюється переважно проблемами зі створенням нового продукту, оскільки, зважаючи на високий рівень життя, покупець висуває вищі вимоги і звертає більшу увагу на якість, ніж на ціну товару. Ринки товарів як повсякденного попиту, так і промислового призначення близькі до насичення, а можливості екстенсивного економічного розвитку вже майже вичерпані.

Сучасна реклама це складна кон'юнктурна діяльність, що поєднує в собі як творче, так і ділове початок.

Умови жорсткої конкуренції сучасного ринку змушують рекламні компанії створювати більш вигідні для клієнта умови контракту, а також, безумовно, винаходити все більш нові і витончені способи впливу на потенційного споживача.

Сучасна реклама прагне відповідати новим правилам: мінімум реклами, максимум ефекту. Сучасна якісна реклама, це та реклама, яка виконана з урахуванням позиції сприйняття та аналізу споживання продукту. Знання та рівень сучасної психології дозволяє використовувати її досягнення в рекламних цілях, в значній мірі посилити ефект від самої реклами. Для цього рекламістами активно використовуються психологічні прийоми, наприклад, підсвідомі установки сприйняття інформації.

Метою бібліографічного покажчика “Сучасні види реклами” є ознайомлення викладачів та студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів з останніми дослідженнями з теоретичних та практичних знань сучасної реклами.

До покажчика входять книги, статті періодики, які є в бібліотеці університету за період з 1999 по 2011 рік українською та російською мовами.

Матеріал розміщено за розділами, всередині кожного розділу – за алфавітом авторів та заголовків

## 1. Учебні посібники з реклами

1. 659  
B68           Блайд Д. Маркетинговые коммуникации: Что? Как? Почему?: пер. с англ./ Д.Блайд.- Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004.- 368 с.
2. 659  
B57           Владимирська Г.О. Реклама: навчальний посібник: рек. МОНУ/ Г.О.Владимирська, П.О.Владимирський. - К., 2009.  
Ч. III. Реклама в координатах креативу : [реклама у XXI ст. Дизайн і реклама. Сучасна реклама]. - С. 228-329.
3. 65  
B67           Волкова В.В. Дизайн рекламы : учебное пособие/ В.В.Волкова. - М.: Университет, 1999. - 144 с.
4. Ч51  
Г16           Галкин В.В. Экономика и управление физической культурой и спортом : учеб. пособие для вузов/ В.В.Галкин.- Ростов н/Д., 2006.  
Гл. 5. Реклама и работа с общественностью в спорте. - С. 105-118.
5. У526  
Ж86           Жуков С.А. Маркетинг в банке: опорний конспект : навч. посібник для студентів вищ. навч. закладів / С.А.Жуков.- К., 2008.  
Тема 8. Комунікаційна політика банку : [комунікаційна політика, стратегія. Реклама. Створення іміджу]. - С. 88-97.
6. 659  
К29           Катернюк А.В. Практическая реклама : учебное пособие / А.В.Катернюк. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 428 с. - (Высшее образование)
7. Ч61  
К64           Коновалова О.В. Основы журналистики : учеб. пособие по современ. практич. Журналистике / О.В.Коновалова. - М.; Ростов н/Д., 2005.  
Тема 10. Жанры рекламы : [общезурналистские жанры в рекламе]. - С. 242-263.
8. 659  
К65           Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста / В.Алиева, А.Басов, Ф.Вирин, А.Гринько; под общ. ред. А. Басова. - СПб.: Питер, 2009. - 224 с.
9. Ч61  
К75           Коханова Л.А. Экологическая журналистика, PR и реклама : учеб. пособие для студентов вузов / Л.А.Коханова; Под ред. Я.Н.Засурского.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. - 383 с. - (Медиа-образование)
10. 004.92  
К93           Курушин В.Д. Дизайн и реклама : самоучитель / В.Д.Курушин. - М., 2006.  
Гл. 5. Рекламный дизайн : [печатная реклама, компоновка рекламы, цвет в рекламе]. - С. 113-136.
11. 004.92  
К93           Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама : самоучитель / В.Д.Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2001. - 272 с.
12. 004.92  
К93           Курушин В.Д. Дизайн и реклама : самоучитель/ В.Д.Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2006.- 272 с.

13. 659 П28 Песоцкий Е. Современная реклама. Теория и практика / Е.Песоцкий. - Ростов н/Дону: Феникс, 2001. - 320 с.

## 2. Эффективність реклами

14. Бахрин Е. Эффективная реклама : комплексный подход ГФК / Е.Бахрин // Маркетинговые исследования в Украине. - 2004. - № 5. - С.40-44.
15. Брюхов С. Кирпичи для рекламной кампании. Современная проверка гипотез мотивов и стимулов потребителей повышает вероятность успеха рекламной кампании / С.Брюхов // Новый маркетинг. - 2009. - № 3. - С. 50-55.
16. Гаврилов Д. Эффективность банковской рекламы : [рекламный менеджмент] / Д.Гаврилов // Банковские технологии. - 2006. - № 5. - С. 55-58.
17. Гончаренко О. Какая реклама нужна украинцам : [результаты исследования креативности и эффективности рекламы] / О.Гончаренко // Отдел маркетинга. - 2006. - № 6. - С. 38-43.
18. Дымшиц М.Н. Инструменты и методы оценки эффективности рекламы в управленческом процессе / М.Н.Дымшиц // Маркетинговые исследования в Украине. - 2011. - № 2. - С. 66-75.
19. У Л89 Новаківський І.І. Оцінювання ефективності internet-реклами / І.І.Новаківський, Л.С.Любомудрова // «Львівська політехніка» національний університет. Вісник... : збірник наук. праць. № 640. Проблеми економіки та управління. - Львів: Вид-во ун-ту, 2009. - С. 175-182. - Бібліогр. 7 назв.
20. Оленина Е.Ю. Определение наиболее эффективных средств рекламы : [реклама. Бюджет маркетинговых коммуникаций. Метод "анализа иерархий", метод "матрицы полярных сравнений"] / Е.Ю.Оленина, И.Зинченко, Е.Новиков // Маркетинговые исследования в Украине. - 2005. - № 3. - С. 66-69.
21. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете // Новый маркетинг. - 2006. - № 3. - С. 74-75.
22. Паустовская Т. Магия цвета : [цветовые решения в брендинге и рекламе. Эффективность рекламы] / Т.Паустовская // Новый маркетинг. - 2008. - № 8. - С. 34-39.
23. 659 П27 Перепелица В.В. Как рекламу сделать эффективной или как стать известным / В.В.Перепелица. - Ростов-на-Дону; М.: Феникс; Зевс, 1997. - 284 с.

24. Сергеева О. Рекламодатель в поисках внимания потреби теля : [качество рекламы] / О.Сергеева // Маркетинг и реклама. - 2006. - № 1. - С. 48-52.
25. Сидоров И. 10 правил успешной рекламы : [как сделать так, чтобы реклама стала запоминающейся] / И.Сидоров // Антикризисный менеджмент. - 2010. - № 3. - С. 30-32.
26. Тамберг В. Пять слагаемых "продающей" рекламы, или как оценить идею / В.Тамберг, А.Бадьин // Отдел маркетинга. - 2009. - № 2.- С. 32-39.
27. Тамберг В. Те самые "продающие" идеи : [теория рекламы] / В.Тамберг, А.Бадьин // Отдел маркетинга. - 2006. - № 10. - С. 21-27.
28. Тамберг В. Эффективные модели Product Placement : [скрытая реклама в кино] / В.Тамберг, А.Бадьин // Отдел маркетинга. - 2006. - № 12. - С. 15-20.
29. Тарнавский В. Маркетинг для умных и расчетливых. максимальная эффективность при минимальных затратах - основной принцип партизанского продолжения : [партизанский маркетинг; продвижение товара и брендов; реклама] / В.Тарнавский, Е.Ковтун // Новый маркетинг. - 2005. - № 5. - С. 22-31.
30. Фадеева М. Психологическая эффективность наружной рекламы / М.Фадеева // Маркетинг и реклама. - 2007. - № 7-8. - С. 65-67.
31. Эффект рекламного подарка : [рынок рекламных сувениров] // Отдел маркетинга. - 2010. - № 9. - С. 2-7.
32. Юрченко М. Всем и каждому : как сделать предложение, от которого нельзя отказаться : [рекламные послания] / М.Юрченко // Office. Журнал эффективного руководителя. - 2004. - № 10. - С.52-58.
33. Деликатная И. Хотите качественный BTL? Учитесь и платите! : [персонализация рекламы] / И.Деликатная // Отдел маркетинга. - 2010. - № 9. - С. 37-40.

### **3. Сучасні методи створення реклами**

34. 659 Б27 Басова И. Рекламные мероприятия: организация и учет / И.Басова. - Х.: Фактор, 2008. - 544 с.
35. Головкина Н. Рекламна аудиторія: чому важливо розуміти поведінку покупця? / Н.Головкина // Маркетинг в Україні. - 2007. - № 5. - С. 4-10.- Бібліогр.: 7 назв.
36. Егина О. Бриф: зачем нужны бумажки? : [бриф - документ, дающий задание на изготовление рекламы] / О.Егина // Отдел маркетинга. - 2007. - № 8. - С. 22-28.

37. Ковтун Е. Крючки для потребителя : [наиболее распространенные приемы, используемые украинскими рекламистами] / Е.Ковтун // Новый маркетинг. - 2004. - № 6. - С. 42-53.
38. Ожиевская А. Опыт самостоятельной организации фокус-группы : [исследование понимания потребителями рекламного сообщения, логотипа, рекламной кампании] / А.Ожиевская // Новый маркетинг. - 2009. - № 3. - С. 60-62.
39. Ожиевская А. Фокус-группа как эскиз поведения потребителя : [создание рекламы продукта] / А.Ожиевская // Отдел маркетинга. - 2009. - № 4. - С. 46-49.
40. Паустовская Т. Разрешено все, что не запрещено : Психологические приемы на службе маркетингу : [психологические подходы к созданию рекламы] / Т.Паустовская // Новый маркетинг. - 2008. - № 6. - С. 24-27.
41. Петренко Г. Главные слова : [создание рекламных заголовков, бьющих точно в цель] / Г.Петренко, В.Савицкий // Новый маркетинг. - 2008. - № 3. - С. 34-36.
42. Пирогова Ю.К. Информационная безопасность и языковое манипулирование в рекламном дискурсе : [коммуникации; рекламная информация" сообщения;рекламные кампании] / Ю.К.Пирогова // Маркетинг и реклама. - 2005. - № 5-6. - С. 44-48.
43. Примак Т. Дизайн реклами для вищих навчальних закладів освіти в Україні / Т.Примак // Маркетинг в Україні. - 2004. - № 6. - С. 41-42.
44. Примак Т. Дослідження використання соціально-комунікативних технологій у створенні рекламних зверень / Т.Примак // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 6. - С. 29-35. - Бібліогр. 3 назви.
45. Пути развития рекламного агентства // Новый маркетинг. - 2011. - № 2. - С. 16.
46. Руденко А. Интуиция должна подкрепляться исследованиями : технологический подход к выбору рекламных плоскостей / А.Руденко // Новый маркетинг. - 2005. - № 9. - С. 52-56.
47. Рудь И. Рекламное бюджетирование для нового продукта: попытка съездить слона : [маркетинг; реклама; новый продукт; потребительские характеристики продукта; рекламный бюджет] / И.Рудь // Новый маркетинг. - 2005. - № 8. - С. 30-35.
48. Рыбакова И. Обновленный двигатель торговли: реклама, которая продает / И.Рыбакова // Новый маркетинг. - 2009. - № 8. - С. 40-43.

49. Рымаренко А.В. Использование математических законов распределения при планировании рекламы в СМИ ( из опыта регионального размещения рекламы ) / А.В.Рымаренко // Маркетинговые исследования в Украине. - 2010. - № 4. - С. 48-53.
50. 659 Сиссорс Д. Рекламное медиа-планирование: пер. с англ./ Д.Сиссорс, Р.Берон. - 6-е изд. - СПб.: Питер, 2004. - 416 с. - (Маркетинг для профессионалов).  
С40

#### 4. Управління рекламною діяльністю

51. Дубовик О.В. Управління рекламною діяльністю як форма впливу на поведінку споживачів / О.В.Дубовик, О.В.Босак // Регіональна економіка. - 2007. - № 3. - С.258-265. - Бібліогр.: 5 назв.
52. Дубовик Т.В. Інформаційне забезпечення управління рекламною діяльністю в торговельному підприємстві / Т.В.Дубовик // Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 11. - С. 205-210. - Бібліогр.: 11 назв.
53. Дымшиц М.Н. Инструменты и методы оценки эффективности рекламы в управленческом процессе / М.Н.Дымшиц // Маркетинговые исследования в Украине. - 2011. - № 2. - С. 66-75.
54. Шорохова Л.Б. Управление пропагандой, агитацией и рекламной деятельностью в сфере физической культуры и спорта / Л.Б.Шорохова. - С. 70-74. - Библиогр.: 5 назв.

#### 5. Психологічний вплив реклами на споживача

55. Купрейченко А.Б. Психология доверия и недоверия личности рекламе / А.Б.Купрейченко // Практична психологія та соціальна робота. - 2011. - № 10. - С. 1-8.
56. Малаева Е. Психологічний вплив реклами на споживача / Е.Малаева // Практика управління. - 2008. - № 9. - С. 26-29.
57. Суименко Е. Реклама: экономические функции и психологический терор : [реклама и поведение потребителей] / Е.Суименко // Социология : теория, методы, маркетинг. - 2004. - № 1. - С.135-151.

#### 6. Реклама в мережі Інтернет

58. Андриенко Е. Маркетинг выживания : [рынок интернет-рекламы] / Е.Андриенко // Отдел маркетинга. - 2009. - № 3. - С. 42-44.
59. Данишевская О. Где искать рекламный креатив в Интернете? / О.Данишевская // Отдел маркетинга. - 2009. - № 10. - С. 37-47.



60. Данишевская О. Оценка эффективности рекламных компаний в сети Интернет / О.Данишевская // Отдел маркетинга. - 2009. - № 4. - С. 33-36.
61. Даценко Л. Спасение в блоге: виртуальный директ-маркетинг : [интернет-реклама] / Л.Даценко // Отдел маркетинга. - 2009. - № 3. – С. 51-53.
62. Денис В. С вирусом на Вы. Наступит ли вирусный бум в украинской интернет-рекламе / В.Денис // Новый маркетинг. - 2010. - № 2.- С. 56-61.
63. Денисенко Л. Реклама в нашому житті : [історія реклами. Вплив реклами на особистість] / Л.Денисенко // Науковий світ. - 2008. - № 8. - С. 28-30.
64. Деркач Т. Интернет-реклама: реалії використання та проблеми обліку / Т.Деркач // Збірник систематизованого законодавства: Додаток до газети Бизнес. - 2010. - Вип. 6. - С. 100-106.
65. Дубовик О.В. Концептуальні засади інтернет-реклами торговельного підприємства / О.В.Дубовик // Актуальні проблеми економіки. - 2009. - № 11. - С. 71-76. - Бібліогр.: 19 назв.
66. Залызняк О. Респонденти - невидимки. Главные страхи заказчиков онлайн-фокус- групп : [рекламна в интернет]/ О.Залызняк, Н.Романенко// Новый маркетинг. - 2009. - № 3. - С. 64-65.
67. Интересы пользователей и рекламодателей сервиса контекстной рекламы "Бегун" в IV квартале 2010 года // Маркетинговые исследования в Украине. - 2011. - № 1. - С. 71-73.
68. Кашпур А. Виртуальное торговое предложение - способ сделать сахар слаще : [виртуальна реклама] / А.Кашпур // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 5. - С. 62-66.
69. Кожухівська Р.Б. Цілі маркетингових комунікацій і використання інтернет-реклами / Р.Б.Кожухівська // Актуальні проблеми економіки. - 2010. - № 7. - С. 120-126. - Бібліогр.: 14 назв.
70. 659  
К65 Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста / В.Алиева, А.Басов, Ф.Вирин, А.Гринько; под общ. ред. А. Басова. - СПб.: Питер, 2009. - 224 с.
71. Контекстная реклама в России: осень - 2010 : [ статистические исследования] // Маркетинговые исследования в Украине. - 2010. - № 6. - С. 70-82.
72. Корнеев И. Оружие массового поражения : [виртуальный маркетинг и модели рекламного вируса] / И.Корнеев // Новый маркетинг. - 2007. - № 9. - С. 54-59.

73. Мась А. Успех и поражение в сети : [интернет-реклама, интернет-продажи] / А.Мась // Новый маркетинг. - 2009. - № 2. - С. 48-49.
74. У Л89 Новаківський І.І. Оцінювання ефективності internet-реклами/ І.І.Новаківський, Л.С.Любомудрова //«Львівська політехніка» національний університет. Вісник...: збірник наук. праць. № 640. Проблеми економіки та управління. - Львів, 2009. - С. 175-182. - Бібліогр. 7 назв.
75. Онлайн-реклама будет все больше нацелена на брендинг // Маркетинговые исследования в Украине. - 2011. - № 3. - С. 53.
76. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете // Новый маркетинг. - 2006. - № 3. - С. 74-75.
77. Петренко С. Онлайн-реклама: що відбувається в Україні / С.Петренко // Маркетинг в Україні. - 2008. - № 4. - С. 4-6.
78. Печатникова Е. Стратегия и тактика рекламирования в Сети / Е.Печатникова // Новый маркетинг. - 2006. - № 10. - С. 54-56.
79. Ресенчук В. Торговельні марки в Інтернеті: проблеми правового регулювання в Україні : [інтернет - найефективніший засіб рекламування товарів або послуг] / В.Ресенчук // Інтелектуальна власність. - 2005. - № 12. - С. 26-29.
80. 004.92 Р63 Рожкова Н.Г. Графический дизайн и реклама на компьютере: краткое руководство / Н.Г.Рожкова, П.П.Данилов, В.Н.Шитов. - М.: Изд. дом "Вильямс", 2006. - 320 с.
81. Самойленко В. Реклама в Интернет: реалии и "виртуалии"/ В.Самойленко // Маркетинг и реклама. - 2004. - № 1. - С.35-39.
82. Соколов А.В. Використання INTERNET у рекламі туристичних послуг/ А.В.Соколов, Є.К.Саввіна // Тиждень науки. - Запоріжжя, 2009. - Т. 3. - С. 114-115.
83. Тарнавский В. Интересная работа : [важнейшим фактором успеха рекламного агентства Wieden + Kennedy стало поощрение креативности] / В.Тарнавский // Управление компанией. - 2007. - № 8. - С. 50-56.
84. Харченко К. Проблема оподаткування реклами як об'єкта права інтелектуальної власності в Інтернеті / К.Харченко // Інтелектуальна власність. - 2009. - № 8. - С. 23-32. - Бібліогр.: 10 назв.
85. 621.37 С91 Хохлов М.М. Організація сервера зміни сигнатур програмних модулів рекламного характеру / М.М.Хохлов // "Сучасні проблеми і досягнення в галузі радіотехніки, телекомунікацій та інформаційних технологій": Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 24-26 вересня 2008 року. - Запоріжжя, 2008. - С. 143-144.

86. Хэррис Г. Волшебная палочка маркетинга : [приемы устной рекламы] / Г.Хэррис // Менеджмент і менеджер. - 2004. - № 11. - С. 54-58.
87. Цуканова И. Здесь могла быть ваша реклама : [виды рекламы, размещение рекламы] / И.Цуканова // Отдел маркетинга. - 2009. - № 10. - С. 48-51.
88. Цуканова И. Мой нежный и ласковый зверь : [животные в рекламе] / И.Цуканова // Отдел маркетинга. - 2010. - № 2. - С. 41-45.
89. Чистов Д. От баннера до телефонного звонка: Эволюция контекстной рекламы : [реклама в сети Интернет] / Д.Чистов // Новый маркетинг. - 2006. - № 9. - С. 58-61.
90. Шевелев В. "Ящик инструментов" для онлайн-торговли : [интернет-магазины, интернет-реклама] / В.Шевелев // Отдел маркетинга. - 2010. - № 9. - С. 51-57.
91. Шевелев В. Повышаем конверсию сайта : [ интернет-реклама ] / В.Шевелев // Отдел маркетинга. - 2010. - № 7. - С. 35-41.
92. Шрамко И. Рекламная онлайн-реальность : [реклама в интернете] / И.Шрамко // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 5. - С. 48-51.

## **7. Креатив в рекламі**

93. Ганжа И. Великий Миф о Креативе : [креатив в рекламе] / И.Ганжа // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 5. - С. 20-29.
94. Громова Е. Использование расширенных креативных фокус-групп на этапе создания рекламных конструктов : [производство рекламы] / Е.Громова, М.Герасимова // Отдел маркетинга. - 2007. - № 6. - С. 28-32.
95. Демидова И. Креатив с гарантией, или Как правильно оценить и выбрать рекламную идею / И.Демидова // Новый маркетинг. - 2006. - № 6. - С. 46-55.
96. Демченко Д. В рекламе только девушки / Д.Демченко // Бизнес. - 2007. - №50 (10 декабря). - С. 85.
97. Демченко Д. Штучка с ручкой : Аппаратные технологии изучения реакции потребителя на рекламу позволяют понять, что он чувствует / Д.Демченко // Бизнес. - 2009. - №47(23 ноября). - С. 42-43.
98. Дмитриева Л. Креативные приемы выработки идей : [производство креатива в рекламной индустрии] / Л.Дмитриева // Отдел маркетинга. - 2007. - № 10. - С. 35-44.

99. Дослідження рекламного креативу : зручній та ефективній інструмент для маркетолога // Маркетинг в Україні. - 2011. - № 1. - С. 33-35.
100. Журавель В. Бриф - исходные данные для креатива : [ критерий эффективности разрабатываемой рекламной акции ] / В.Журавель // Отдел маркетинга. - 2010. - № 10-11. - С. 47-57.
101. Кирийчук А. Природа креатива, или почему при слове "идея" мы рисуем лампочку : [креативная реклама] / А.Кирийчук // Новый маркетинг. - 2011. - № 5. - С. 84-85.
102. Матюшкин В. Разработка креатива для рекламной кампании своими силами / В.Матюшкин // Антикризисный менеджмент. - 2009. - № 5. - С. 34-36.
103. Примак Т. Рекламний креатив в Україні: учора, сьогодні, завтра / Т.Примак // Маркетинг в Україні. - 2007. - № 6. - С. 37-35. - Бібліогр.: 11 назв.
104. Примак Т. Сучасні тенденції українського рекламного креативу : [розвиток українських рекламних технологій] / Т.Примак // Маркетинг в Україні. - 2006. - № 1. - С. 15-19.
105. Пряникова Ю. Алгоритм нестандартных решений : [рекламный менеджмент] / Ю.Пряникова // Компаньон. - 2004. - № 50. - С.20-25.
106. Рейтинг креативных рекламных агентств Украины согласно их доходам ( ревью - 2010 ) // Маркетинговые исследования в Украине. - 2010. - № 6. - С. 68-69.
107. Стародубская М. Как создать привлекательный портрет инновации: диалог с инвестором : [инновационный продукт, реклама продукта] / М.Стародубская // Новый маркетинг. - 2005. - № 10. - С. 40-47.
108. Ткаченко Н. Креатив и реклама: уровни интеграции / Н.Ткаченко // Отдел маркетинга. - 2008. - № 5. - С. 43-48.
109. Ткаченко Н. Рекламный креатив как искусство : [эффективная реклама. Рекламный имидж и его уровни. Характер восприятия рекламы. Взаимоотношение рекламного и художественного творчества] / Н.Ткаченко // Отдел маркетинга. - 2008. - № 7-8. - С. 48-54.
110. Ткаченко Н. Рекламный креатив как особый вид профессиональной творческой деятельности / Н.Ткаченко // Отдел маркетинга. - 2008. - № 6. - С. 33-36.
111. Эйдинов М. Маркетинговая функциональность креатива в рекламе / М.Эйдинов // Маркетинг и реклама. - 2005. - № 4. - С. 22-25.

## 8. Медіареклама

112. Боровик С. Контент-анализ: оценка эффективности PR-кампаний : [мониторинговые исследования рекламы в прессе] / С.Боровик, А.Крылов // Антикризисный менеджмент. - 2005. - № 9. - С. 38-42
113. Боровик С. Рекламные потоки в прессе: взгляд снаружи : [действенная реклама. Мониторинг рекламы в прессе позволяет оптимизировать медиастратегию и рекламный бюджет] / С.Боровик, А.Крылов // Маркетинговые исследования в Украине. - 2004. - № 2 (3). - С.48-57.
114. Войцехівська О. Якщо реклама йде, їй - шлях широкий! : [реклама в ЗМІ] / О.Войцехівська // Журналіст України. - 2010. - № 2. - С. 26-29.
115. Гогвадзе Г. Рецепты с рекламной кухни : [подходы к медиапланированию. Маркетинговые исследования рынка рекламы] / Г.Гогвадзе, А.Хоменко // Новый маркетинг. - 2008. - № 8. - С. 86-88.
116. Горбенко А. Большие перспективы на большом экране : [реклама как элемент коммуникационной стратегии в кинотеатрах] / А.Горбенко // Новый маркетинг. - 2004.- № 11. - С.37-41.
117. Дымшиц М. Еще раз о неэффективности ТВ-рекламы короче 20 минут/ М.Дымшиц // Отдел маркетинга. - 2008. - № 1. - С. 30-34.
118. Карий Р. Реклама на телевидении и авторское право / Р.Карий // Отдел маркетинга.- 2005.- № 10. - С. 59-61.
119. Малышева П. Дорогая передача : [реклама на телевидении]/ П.Малышева, С.Крапива // Бизнес. - 2006. - № 23 (5 июня). - С. 102-104.
120. Рымаренко А.В. Использование математических законов распределения при планировании рекламы в СМИ ( из опыта регионального размещения рекламы ) / А.В.Рымаренко // Маркетинговые исследования в Украине. - 2010. - № 4. - С. 48-53.
121. Савела Л. Инновационные подходы к рекламе. Рынок Indoor Media : [диверсификация медиаканалов]/ Л.Савела// Отдел маркетинга. - 2009. - № 11. - С. 39-42.
122. Самарченко О. Реклама в ЗМІ : організація та облік для рекламистів і рекламодавців / О.Самарченко // Збірник систематизованого законодавства. - 2004. - Вип.12. - С.125-133.
123. Скрицька Н. Принципи рекламної діяльності на телебаченні / Н.Скрицька // Підприємництво, господарство і право. - 2010. - № 12. - С. 20-23. - Бібліогр.: 7 назв

124. Тенденции мировой прессы: цифровые доходы не заменят печатных : [доходы от рекламы в прессе] // Журналіст України. - 2010. - № 2. - С. 30.
125. Чаюн М. Альтернативные источники энергии на службе наружной рекламы : [медиа реклама] / М.Чаюн, В.Пономарев // Маркетинговые исследования в Украине. - 2009. - № 4. - С. 55-60.
126. Шебанова В.И. "Телеменю" для мальчишек и девочек : [влияние демонстрации на экране ТВ информации на молодежь и детей. Виды эмоций при просмотре телепродукции. Манипулятивное влияние. Приемы рекламы и восприятие] / В.И.Шебанова, С.Г.Шебанова // Практична психологія та соціальна робота. - 2011. - № 1. - С. 38-44. - Библиогр.: 8 назв
127. Шматов Г. Количественные методы в медиапланировании : [разработка медиаплана рекламными агентствами] / Г.Шматов // Отдел маркетинга. - 2008. - № 10. - С. 38-49.- Библиогр.: 20 назв.
128. Citi vision - новий, унікальний медіапростір для ефективної рекламної кампанії // Маркетинг в Україні. - 2003. - № 2. - С. 16-19.

## 9. Зовнішня реклама

129. Бутивщенко Е. Наружка: кухня без секретов : [наружная реклама] / Е.Бутивщенко // Отдел маркетинга. - 2010. - № 12. - С. 55-57.
130. Воскресенский И. Визуальная информация в городе : [реклама в визуальном восприятии города] / И.Воскресенский // Ландшафтная архитектура. Дизайн. - 2006. - № 1. - С. 7-14.
131. Крапива С. Бордость духа : [рынок наружной рекламы в Украине] / С.Крапива // Бизнес. - 2008. - №23 (9 июня). - С. 92-94.
132. Крапива С. Объемное дело : [рынок наружной рекламы в Украине] / С.Крапива // Бизнес. - 2011. - №40 (3 октября). - С. 68-69.
133. Кушина О. Зовнішня реклама: перевірена часом, облікована : [бухгалтерський облік рекламних заходів] / О.Кушина // Збірник систематизованого законодавства: Додаток до газети Бизнес. - 2010. - Вип. 6. - С. 89-96.
134. Наружная реклама как средство коммуникации : [теория наружной рекламы] // Ландшафтная архитектура. Дизайн. - 2006. - № 1. - С. 26-27.
135. Недоученный А. Слово во внешней среде или о копирайтинге как наружном средстве : [наружная реклама: смешное и абсурдное] / А.Недоученный // Отдел маркетинга. - 2004. - № 2. - С.30-33.

136. Пряникова Ю. Бизнес для умеющих ждать : [одна из ведущих мировых компаний в сфере наружной рекламы - JCDesaux] / Ю.Пряникова // Компаньон. - 2007. - № 51-52. - С. 46-48.
137. Цуканова И. Нелегкий выбор рекламиста : [баннерная реклама в воздухе, инновационные виды рекламы] / И.Цуканова // Отдел маркетинга. - 2008. - № 11. - С. 41-46.
138. Чаюн М. Альтернативные источники энергии на службе наружной рекламы : [медиа реклама] / М.Чаюн, В.Пономарев // Маркетинговые исследования в Украине. - 2009. - № 4. - С. 55-60.

## 10. Маркетингові комунікації в рекламі

139. Аскольдова В.Е. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций / В.Е.Аскольдова // Тижень науки. - Запоріжжя, 2010.- Т. 2.- С. 242-244.
140. Васькова Н. Бизнес-процесс по трейд - маркетинговым акціям : [непрямая реклама, проекты рекламных кампаний] / Н.Васькова // Отдел маркетинга. - 2008. - № 4. - С. 57-61.
141. Выровой Ю. Kwendi Impact Meter: вооружаем маркетолога новым инструментом оценки восприятия рекламных роликов / Ю.Выровой // Маркетинговые исследования в Украине. - 2010. - № 5. - С. 48-57.
142. Мария, Тэахан (Mary Teahan) Управление данными : хорошо ли для директ-маркетинга? : [директ-маркетинг для малых и средних предприятий; реклама; прямой и интерактивный маркетинг] / Т.Мария// Маркетинг и реклама. - 2005. - № 5-6. - С. 58-61.

## 11. Рекламна діяльність бібліотек

143. Ч73  
Б82 Борисова О.О. Библиотечно-библиографическая реклама : учебно-практ. пособие / О.О.Борисова. - М.: Изд-во МГУК, ИПО"Профиздат", 2002. - 224 с. - (Современная б-ка; Вып. 22)
144. Данилова М. Поставить всех в известность ... о себе : [рекламная деятельность библиотеки] / М.Данилова // Библиотека. - 2006. - № 2.- С. 71-72
145. Ч73  
М34 Матлина С.Г. Привлекательная библиотека, или что может реклама : практическое пособие / С.Г.Матлина. - 2-е изд., перераб и доп. - М.: Либеря, 2000. - 128 с.

## 12. Банківська реклама

146. Гаврилов Д. Эффективность банковской рекламы : [рекламный менеджмент] / Д.Гаврилов // Банковские технологии. - 2006. - № 5. - С. 55-58.
147. Смерічевський С.Ф. Деякі аспекти реклами банківських послуг в Україні / С.Ф.Смерічевський, О.І.Клімова // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. - 2008.- № 2. - С. 239-244. - Бібліогр.: 8 назв.
148. Тамберг В. Банковская реклама. Мучительные поиски имиджа : [банковский маркетинг] / В.Тамберг, А.Бадьин // Отдел маркетинга. - 2007. - № 7. - С. 24-29.
149. 658.01  
Л89 Черкес Р.Б. Рекламна стратегія банку як інструмент розширення спектра клієнтської бази та підтримки його іміджу/ Р.Б.Черкес // «Львівська політехніка» національний університет. Вісник...: збірник наук. праць. № 606. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку / відповід. ред. О. Є. Кузьмін. - Львів, 2007. - С. 446-450. - Бібліогр.: 4 назв.

## 13. Сучасна реклама торгових марок

150. Буди́ко С.Г. Brend & brending. Можливості та небезпеки : [можливості реклами] / С.Г.Буди́ко // Маркетинг в Україні. - 2004. - № 5. - С.44-46.
151. Денис В. Do you speak Snacklish? Рекламно-философский аспект молодежных трендов / В.Денис // Новый маркетинг. - 2009. - № 12. - С. 52-55.
152. Коваленко В. Консервативный брендинг : [отражение традиционных ценностей в рекламе] / В.Коваленко // Новый маркетинг. - 2006. - № 12. - С. 12-25.
153. Ромат Е.В. Бренд - ориентированная реклама: сущность и место в системе коммуникаций бренда / Е.В.Ромат, Д.В.Яцюк // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 5. - С. 42-47.
154. Самохин М. Бренд имени меня, любимого : [реклама ; взаимоотношения с клиентами ; бренд ; личный брендинг] / М.Самохин // Менеджмент і менеджер. - 2005. - № 5. - С. 17-22.
155. Тарнавский В. Бренд, рожденный сексуальной революцией : [американская компания "American Apparel", рекламные технологии] / В.Тарнавский // Новый маркетинг. - 2010. - № 3. - С. 48-51.



156. Шматов Г. Брендинг, имиджевая реклама и позиционирование : [реклама товаров] / Г.Шматов // Отдел маркетинга. - 2008. - № 5. – С. 14-20. - Библиогр. 12 назв.

#### 14. Вірусна реклама

157. Бабенко А. Вирусный маркетинг в Украине: на старт, внимание, марш! : [вирусная реклама] / А.Бабенко, Д.Коптев // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 6. - С. 36-38.
158. Денис В. С вирусом на Вы. Наступит ли вирусный бум в украинской интернет-рекламе /В.Денис // Новый маркетинг. - 2010. - № 2. - С. 56-61.
159. Козловская В. Видео без цензуры, или о вирусной рекламе как инструменте для профессионалов / В.Козловская // Отдел маркетинга. - 2007. - № 11-12. - С. 59-60.
160. Николаева Т. Ходят слухи по домам : [вирусный маркетинг (реклама продукта путем различных сплетен)] / Т.Николаева // Бизнес. - 2007. - № 24 (11 июня). - С. 56-59.

#### 15. Сучасна політична реклама

161. Ганжуров Ю. Політична реклама чи політична пропаганда ? / Ю.Ганжуров // Віче. - 2004. - № 9. - С. 16-18.
162. Кафарський В. Політична реклама: проблеми правового регулювання / В.Кафарський // Право України. - 2006. - № 10. – С. 64-69. - Бібліогр.: 23 назв.
163. Ф06  
К64 Коноваленко А.В. Психология политической рекламы / А.В.Коноваленко.- Ростов н/Д: Феникс, 2005. - 96 с. - (Психологический практикум).
164. Чудовська-Кандиба І. Цінності в політичній рекламі: соціологічний аналіз : [соціологічний аналіз цінностей політичної реклами] / І.Чудовська-Кандиба // Віче. - 2006. - № 19-20. - С. 29-31. - Бібліогр.: 10 назв.

#### 16. Участь відомих людей у створенні реклами

165. Курячая Е. Звездное небо : [участие знаменитостей в создании рекламы] / Е.Курячая // Бизнес. - 2011. - №43 (24 октября). - С. 43-44.
166. Тамберг В. Звезды в рекламе и... как без них обійтись : [использование известных людей в рекламе] / В.Тамберг, А.Бадьин // Отдел маркетинга. - 2007. - № 6. - С. 38-44.

167. Тарнавский В. Знаменитости хорошо продаются : [использование знаменитостей в рекламе] / В.Тарнавский // Новый маркетинг. - 2006. - № 4. - С. 38-44.

### **17. Гендерний аспект сучасної реклами**

168. Батаєва К. Гендерна візуальність сучасної реклами / К.Батаєва // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2010. - № 3. - С. 136-153. - Бібліогр.: 15 назв.
169. Рекламный плохиат : [гендерный аспект бизнеса]// Бизнес.- 2011.- №42 (17 октября).- С. 48-49.
170. Розробка і практичне впровадження стандартів реклами, вільної від гендерної дискримінації // Маркетинг в Україні. - 2011. - № 1. - С. 4-7.

### **18. Соціальна реклама**

171. Воприятие социальной рекламы населением Украины // Маркетинговые исследования в Украине. - 2009. - № 6. - С. 34-37.
172. Лихолет М.И. Социальная ответственность субъектов рекламной деятельности / М.И.Лихолет // Маркетинг и реклама. - 2007. - № 12. - С. 40-43.
173. Посещение торговых заведений : [социально-демографический и потребительский портрет контактирующих с рекламой в супермаркетах, ТРЦ, аптеках // Новый маркетинг. - 2010. - № 2. - С. 79-80.
174. Примак Т. Возможно ли манипулирование в социальной рекламе? / Т.Примак // Маркетинг и реклама. - 2008. - № 3. - С. 56-57.
175. Хашковский А. Социальная ответственность бизнеса : [рекламные бренды; маркетинговые коммуникации; социальная ответственность бизнеса] / А.Хашковский // Антикризисный менеджмент. - 2005. - № 2.- С. 28-35.

### **19. Реклама туристського продукту**

176. Вертегел Р.С. Вплив реклами на розвиток туризму / Р.С.Вертегел // Тиждень науки.- Запоріжжя, 2010.- Т. 3.- С. 203-205.
177. Ч21 Т39 Рева Є.В. Організація і проведення рекламної компанії туристських послуг / Є.В.Рева // Тиждень науки. - Запоріжжя, 2009. - Т. 3. - С. 37-39.

178. У543  
С42                    Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве : учебное пособие / В.П.Скараманга. - М., 2007.  
                          Гл. 3.3. Имиджевая реклама и паблик рилейшнз в индустрии гостеприимства. - С. 97-117.
179.                    Троцко В.К. Реклама туристського продукту та послуг в Інтернеті / В.К.Троцко // Тиждень науки. - Запоріжжя, 2010.- Т. 3.- С. 233-235.
180. У543  
Ф35                    Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса : учеб. пособие / В.Г.Федцов. - Ростов н/Д: Феникс, 2008.  
                          Гл. 9. Культура рекламной деятельности в гостинично-туристском комплексе. - С. 342-400.

## **20. Івент – організація рекламних акцій**

181.                    Зиненко Е. Социальный ивент как эффективный инструмент маркетинговых коммуникаций : [организация рекламных акций] / Е.Зиненко // Отдел маркетинга. - 2010. - № 3. - С. 51-56.
182.                    Ткачук О. Event - важлива складова сучасного PR : [ Event - організація видовищних рекламних акцій] / О.Ткачук // Маркетинг в Україні. - 2010. - № 1. - С. 34-39. - Бібліогр.: 8 назв.
183.                    Шевченко И. Организаторы событий : [рынок event-услуг - сегмент рекламного рынка Украины] / И.Шевченко // Новый маркетинг. - 2008. - № 2. - С. 99-100.

## **21. Використання гумору в рекламі**

184.                    Волков Р. Как заставить аудиторию смеяться от рекламы? : [юмористическая реклама и ее влияние на аудиторию] / Р.Волков // Отдел маркетинга. - 2008. - № 6. - С. 29-32.
185.                    Ронин В. С этим не шутят! : [свежий взгляд на использование юмора в рекламе] / В.Ронин // Новый маркетинг. - 2008. - № 8. - С. 70-74.

## **22. Новітні технології в рекламному бізнесі**

186.                    Акопян Т. Потенциал и перспектива применения запахов в рекламе / Т.Акопян // Отдел маркетинга. - 2007. - № 9. - С. 50-55.
187.                    Аржанов Н.П. Секьюрити: серьезная реклама для серьезных людей : [о ретро рекламе] / Н.П.Аржанов // Маркетинг и реклама. - 2003. - № 2. - С.48-51.
188.                    Белявский С. Интегрированная рекламная компания с использованием упаковки / С.Белявский // Отдел маркетинга. - 2009. - № 3. - С. 28-33.

189. Воронюк О. Мода та реклама доби постмодерну: спроба філософського осмислення/ О.Воронюк // Історія. Філософія. Релігієзнавство. - 2010. - №3-4. - С. 60-64. - Бібліогр.: 11 назв.
190. Вперед, в прошлое : [ украинский рынок рекламы ] // Бизнес. - 2009. - №21(25 мая). - С. 81-82.
191. Горрисон П. Миф об ATL и BTL : о коммуникационных учениях, которые определенно старые, но не такие уж добрые : [ ATL- имиджевая реклама, BTL - реклама продаж ] / П.Горрисон // Новый маркетинг.- 2010. - № 3. - С. 44-47.
192. Головкина Н.В. Оманлива реклама: світова практика контролю / Н.В.Головкина // Маркетинг в Україні. - 2003. - № 1(17). - С.11-15.
193. Гривнак К. Реклама: нові обмеження та можливості : [коментарі до законодавчих актів] / К.Гривнак // Ориентир. - 2008. - № 20 (534). - С. 37-38.
194. Ковтун Е. Вам - сообщение ! Отношение украинцев к рекламным письмам / Е.Ковтун // Новый маркетинг. - 2004. - № 4. - С.105-110.
195. Койляк Т. Корпоративная реклама: новое в старом, или история, работающая на современность / Т.Койляк // Маркетинг и реклама. - 2004. - № 4. - С.52-54.
196. Курячая Е. Дерматология : [рекламные акции с розыгрышем призов] / Е.Курячая // Бизнес. - 2010. - №41 (11 октября). - С. 47-49.
197. Орлов В. Да здравствует эмперика ! : [эмпирическая реклама] / В.Орлов// Маркетинг и реклама. - 2005. - № 4. - С. 36-41.
198. Паустовская Т. Кто не спрятался - я не виноват...: [секреты скрытой рекламы] / Т.Паустовская // Новый маркетинг. - 2008. - № 10. - С. 96-99.
199. Пономаренко Т. Новые движения продвижения : [реклама алкогольных брендов] / Т.Пономаренко // Отдел маркетинга. - 2010. - № 1. - С. 59-61.
200. Програма саморегулювання щодо дитячої реклами // Маркетинг в Україні. - 2011. - № 3. - С. 57-63.
201. Сергеева О. Исследования сравнительной рекламы в прямой почтовой рассылке В-то-В : [сравнительное рекламирование - агрессивная тактика сравнения двух и более названных или не названных в рекламе продуктов] / О.Сергеева // Маркетинговые исследования в Украине. - 2006. - № 1. - С. 82-89. - Бібліогр.: 5 назв.
202. Сырцова И. Полезные рекламоносители : [реклама на различных предметах и товарах] / И.Сырцова // Отдел маркетинга. - 2007. - № 6. - С. 34-37.

203. Тарнавский В. Пусть громче музыка играет : [роль музыкального сопровождения в рекламных роликах] / В.Тарнавский // Новый маркетинг. - 2004.- № 5.- С. 70-77.
204. Ткаченко О. Реализация стереотипов в рекламе : [определение места стереотипа в рекламе] / О.Ткаченко // Отдел маркетинга. - 2007. - № 11-12. - С. 48-58.
205. Тодорова О. Да здравствует провокация! : [партизанский маркетинг: рекламные уловки] / О.Тодорова // Отдел маркетинга. - 2006. - № 12.- С. 30-33.
206. Федоров А. Философия клиент-сервиса в рекламном бизнесе / А.Федоров // Маркетинг и реклама. - 2004. - № 1. - С.40-43.
207. Хачатурова А. Сексизм продает. А кто покупает? О сексе в рекламе / А.Хачатурова // Новый маркетинг. - 2010. - № 1. - С. 24-25.
208. Хашковский А. Маркетинг эмоций : [эмоциональное влияние рекламы на человека] / А.Хашковский // Отдел маркетинга. - 2006. – № 4. - С. 36-41.
209. Черноусов В. Отдать PR на аутсорс или выгоднее пополнить штат? : [аутсорсинг в рекламе] / В.Черноусов // Менеджмент і менеджер. - 2008. - № 3-4. - С. 55-59.
210. Черный В. Сдерживаемый аппетит. Особенности национальной промышленной рекламы / В.Черный // Деньги и технологии. - 2004. - № 6-7. - С.32-35.
211. Шамрай В.О. Реформування військових комісаріатів і створення системи рекламування військової служби за контрактом / В.О.Шамрай, В.О.Паламарчук, Ю.А.Борисов // Статистика України. - 2004. - № 2. - С.55-60.
212. Ширьшев А. Законы селекции. Селективная реклама: эволюция или революция? : [индивидуальные коммуникации] / А.Ширьшев // Новый маркетинг. - 2011. - № 5. - С. 46-49.

## Авторський покажчик

Акопян Т.	186	Денисенко Л.	63
Аличева В.	8	Деркач Т.	64
Алиева В.	70	Дмитриева Л.	98
Андриенко Е.	58	Дубовик О.В.	51,52,65
Арес Ф.У.	1	Дымшиц М.Н.	18,53,117
Аржанов Н.П.	187	Егина О.	36
Аскольдова В.Е.	139	Жуков С.А.	5
Бабенко А.	157	Журавель В.	100
Бадьин А.	26,27,28	Залызняк О.	66
Басов А.	8	Зиненко Е.	181
Басова И.	34	Карий Р.	118
Батаева К.	168	Катерник А.В.	6
Бахрин Е.	14	Кафарський В.	162
Белявский С.	188	Кашпур А.	68
Блайд Д.	1	Кирийчук А.	101
Борисова О.О.	143	Ковтун Е.	29
Боровик С.	112,113	Клімова О.І.	147
Брюхов С.	15	Коваленко В.	152
Бутько С.Г.	150	Ковтун Е.	37,194
Бутивщенко Е.	129	Кожухівська Р.Б.	69
Васькова Н.	140	Козловская В.	159
Вертегел Р.С.	176	Койляк Т.	195
Вирин Ф.	8	Коновалова О.В.	7
Владимирська Г.О.	2	Коноваленко А.В.	163
Владимирський П.О.	2	Корнеев И.	72
Войцехівська О.	114	Коханова Л.А.	9
Волков Р.	184	Крапива С.	119, 131,132
Волкова В.В.	3	Крылов А.	113
Воронюк О.	189	Купрейченко А.Б.	55
Воскресенський И.	130	Крушин В.Д.	10,11,12
Выровой Ю.	141	Курячая Е.	165
Гаврилов Д.	16,146	Кушина О.	133,196
Гогвадзе Г.	115	Лихо лет М.И.	172
Галкин В.В.	4	Любомудрова Л.С.	19,74
Ганжа И.	93	Малаэва Е.	56
Ганжуров Ю.	161	Малишева П.	119
Головкіна Н.	35,192	Мария Т.	142
Гончаренко О.	17	Мась А.	72
Горбенко А.	116	Матлина С.Г.	145
Горрисон П.	191	Матюшкин В.	102
Гривнак К.	193	Недоученый А.	135
Гринько А.	8	Николаева Т.	160
Громова Е.	94	Новаківський І.І.	19,74
Данилов П.П.	80	Ожиевская А.	38,39
Данилова М.	144	Оленина Е.Ю.	20
Данишевская О.	59,60	Орлов В.	197
Демидова И.	95	Паустовская Т.	22,40,198
Демченко Д.	96	Перепелица В.В.	23
Даценко Л.	61	Песоцкий Е.	13
Деликатная И.	33	Петренко Г.	41
Денис В.	62,151,158	Петренко С.	77

Печатникова Е.	78	Ткачук О.	182
Пирогов Ю.К.	42	Тодорова О.	205
Пономарев В.	119	Троцко В.К.	179
Пономаренко Т.	199	Фадеева М.	30
Примак Т.	43,44,103,104,174	Федоров А.	206
Пряникова Ю.	105,136	Федцов В.Г.	180
Рева С.В.	177	Харченко К.	84
Ресенчук В.	79	Хачатурова А.	207
Рожкова Н.Г.	80	Хашковский А.	208,175
Романенко Н.	66	Хомченко А.	115
Ромат Е.В.	153	Хохлов М.М.	85
Ронин В.	185	Хэррис Г.	86
Руденко А.	46	Цуконова И.	87,137
Рудь И.	47	Чаюн М.	125,138
Рыбакова И.	48	Черкес Р.Б.	149
Рымаренко А.В.	49,120	Черноусов В.	209
Саввіна С.К.	82	Черный В.	210
Савела Л.	121	Чистов Д.	89
Самарченко О.	122	Чудовская-	
Самойленко В.	81	Кандиба І.	164
Самотин М.	154	Шамрай В.О.	211
Скараманга В.П.	178	Шебанова В.И.	126
Сергеева О.	24,201	Шебанова С.Г.	126
Сидоров И.	25	Шевелев В.	90,91
Сиссорс Д.	50	Шевченко И.	183
Скрицька Н.	123	Ширышев А.	212
Смерічевський С.Ф.	147	Шитов В.Н.	80
Соколов А.В.	82	Шматов Г.	156,127
Стародубская М.	107	Шорохова Л.Б.	54
Суименко Е.	57	Шрамко И.	92
Сіркова О.	202	Эйдинов М.	111
Тамберг В.	26,27,28,148,166	Юрченко М.	32
Тарнавский В.	29,83,155,167,203		
Ткаченко Н.	108,109,110		
Ткаченко О.	204		

## Зміст

Вступ.....	3
1. Учбові посібники з реклами.....	4
2. Ефективність реклами.....	5
3. Сучасні методи створення реклами.....	6
4. Управління рекламною діяльністю.....	8
5. Психологічний вплив реклами на споживача.....	8
6. Реклама в мережі Інтернет.....	8
7. Креатив в рекламі.....	11
8. Медіа реклама.....	13
9. Зовнішня реклама.....	14
10. Маркетингові комунікації в рекламі.....	15
11. Рекламна діяльність бібліотек.....	15
12. Банківська реклама.....	16
13. Сучасна реклама торгових марок.....	16
14. Вірусна реклама.....	17
15. Сучасна політична реклама.....	17
16. Участь відомих людей у створенні реклами.....	17
17. Гендерний аспект сучасної реклами.....	18
18. Соціальна реклама.....	18
19. Реклама туристського продукту.....	18
20. Івент – організація рекламних акцій.....	19
21. Використання гумору в рекламі.....	19
22. Новітні технології в рекламному бізнесі.....	19
Алфавітний покажчик.....	22
Зміст.....	24