**СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «****НОВЫЕ МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ»**

**Нормативные и законодательные акты**

1. Конституция Республики Беларусь с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 ноября 1996 г., 17 октября 2004 г. и 27 февраля 2022 г. – Минск: НЦПИ Республики Беларусь, 2022. – 80 с.

2. Об утверждении программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг. [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 29 июля 2021, № 292 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=P32100292. – Дата доступа: 10.09.2023.

3. О развитии цифровой экономики [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 21 дек. 2017 г., № 8 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Pd1700008&p1=1. – Дата доступа: 10.09.2023.

**Литература**

**Основная**

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. - Минск : БГЭУ, 2020. - 541 с.
2. Архангельская, И. Б. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / И. Б. Архангельская, Л. Г. Мезина, А. С. Архангельская. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2020. - 169, [1] с.
3. Игнатова, И. Б. Новые медиа: теория и практика : учебно-методическое пособие / И. Б. Игнатова, Е. С. Зубаркина, А. В. Землянский. – М. : Московский педагогический государственный университет, 2022. – 96 с. – ISBN 978-5-4263-1095-7. – DOI 10.31862/9785426310957. – EDN TSSGTC.
4. Кашкин, В. Б. Введение в теорию коммуникации : учебное пособие по направлению подготовки 032700 - "Филология" / В. Б. Кашкин. - 8-е изд., стер. - М. : ФЛИНТА, 2022. - 223, [1] с.
5. Назайкин, А. Медиарилейшнз на 100% или искусство управления отношениями с прессой и социальными сетями / А. Назайкин. - М. : СОЛОН-Пресс, 2020. - 380 с.
6. Основы теории коммуникации: учебник / под ред. М. А. Василика. – М.: Гардарики, 2003. – 615 с.

**Дополнительная**

1. Блюм, М. А. PR-технологии в коммерческой деятельности : учебное пособие / М. А. Блюм, Н. В. Молоткова, М. Ю. Яковлева ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2012. – 105 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=277780 (дата обращения: 16.10.2023). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.
2. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Д. Бернет, С. Мориарти. – СПб: Питер 2011. – 864 с.
3. Гуров, Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети / Ф. Гуров. – М. : Вершина, 2011. – 152 с.
4. Коу, Д. Маркетинг и продажи В2В / Д. Коу. – М. : ООО «Издательство «РОСМЭН-ПРЕСС», 2014. – 239 с.
5. Новые медиа : социальная теория и методология исследований : словарь-справочник / Белорусский государственный университет, Социологический институт Российской академии наук ; ответственные редакторы О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. – СПб. : Алетейя : Алетейя. Историческая книга, 2016. – 261 с. – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/237286/1/slovar\_New\_media\_all.pdf?ysclid=lnslndu2bb86717272 (дата доступа: 16.10.2023).
6. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Поцепцов. – М. : Рефлбук, К. : Ваклер, 2011. – 656 с.
7. Чхартишвили, А. Г. Социальные сети : модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие / А. Г. Чхартишвили, Д. А. Губанов, Д. А. Новиков ; Российская Академия Наук, Институт проблем управления. – М. : Физматлит, 2010. – 228 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=82767 (дата обращения: 16.10.2023). – ISBN 978-594052-194-5. – Текст : электронный.
8. Кириллова, Н. Б. Медиалогия / Н. Б. Кириллова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 420 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494602 (дата обращения: 16.10.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-2800-3. – DOI 10.23681/494602. – Текст : электронный.
9. Зверева, Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : учебно-методическое пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. – Тамбов : Издательский дом "Державинский", 2020. – 133 с. – ISBN 978-5-00078-429-7. – EDN EDFMJN.
10. Тимохин, А. М. Понимание «новых медиа»: поиски методологических оснований / А. М. Тимохин // Инновация. Медиакомуникация. Медиакультура. Информация. Дизайн : Коллективная монография / Под общей редакцией А.М. Тимохина. – Симферополь : Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2022. – С. 97-111. – EDN MREXIH.
11. Смеюха, В. В. Медиакоммуникации: теория, практика, профессиональное образование / В. В. Смеюха. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный университет путей сообщения, 2016. – 307 с. – ISBN 978-5-88814-443-5. – EDN XGATOH.
12. Кулаков, Е. А. Формы применения электронной среды крупными компаниями / Е. А. Кулаков // Вклад студенчества в развитие современного научного знания : сборник научных трудов / под общ. ред. И.В. Карповой. – Орёл : Орловский государственный университет экономики и торговли, 2018. – С. 43-47. – EDN YVVNLN.
13. Бреслер, М. Г. Социальные сети и сетевые сообщества информационного общества / М. Г. Бреслер. – Уфа : Башкирский государственный университет, 2014. – 174 с. – ISBN 978-5-7477-3543-9. – EDN TPDJTT.

Козлова, В. В. Влияние цифровой среды на структурные преобразования в системе массовых коммуникаций / В. В. Козлова // Социально-экономические процессы: новое видение, вызовы, тенденции : монография. – Петрозаводск : Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2020. – С. 66-81. – EDN HEZSWP.