**Дополнительный список литературы по учебной дисциплине «Теория рекламы», раздел «Социально-экономические основы рекламы»**

1. Крайнов, Г.Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR: учебное пособие / Г.Н. Крайнов. – СПб: Лань, 2018. – 369 с.
2. Ромат, Е.В. Маркетинговые коммуникации: учебник для студентов, обучающихся по направлениям 38.06.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.06 «Торговое дело», 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», 42.03.05 «Медиакоммуникации» и др. / Е.В. Ромат. – СПб [и др.]: Питер, 2020. – 495 с.
3. Калмыков, С.Б. Социальная реклама: конструирование эффективного взаимодействия с целевой аудиторией: монография / С.Б. Калмыков. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 229 с.
4. Кузнецов, П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П.А. Ромат. - 3-е изд. – М.: Дашков и К, 2021. – 130 с.
5. Мельникова, Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А. Мельникова. - 3-е изд., стер. – М.: Дашков и К, 2020. – 177 с.