**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«РЕКЛАМА В МЕСТАХ ПРОДАЖ»**

***Нормативные и законодательные акты:***

1. О рекламе: Закон Респ. Беларусь от 10 мая 2007 года №225-3: с изм. и доп.: текст по состоянию на 12 дек.2015г.//Нац. Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. /Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
2. О реализации Закона Республики Беларусь «О рекламе»: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 12 ноября 2007 г., №1497: в ред. Постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 09.07.2013г. //КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс]. /ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

**Основная:**

1. Байбардина, Т.Н. Торговая реклама непродовольственных товаров: учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, О.А. Бурцев, Т.Н. Процко. – Минск Вышэйшая школа, 2016. – 217 с.
2. Бове, А. Современная реклама / А. Бове, Л. Корлэнд, Ф. Аренс, Уильям - Тольятти: Довгань, 2012. – 704 c.
3. Голик, В.С. Интернет-реклама или как делаются деньги в сети /В.С. Голик, А.И. Толкачев . – М.: Деловая и учебная литература, 2010. - 160 c.
4. Дударева, А. Рекламный образ. Мужчина и женщина./ А. Дударева – М: РИП-холдинг, 2011. 222 c.
5. Дю Плесси, Э. Психология рекламного влияния. Как правильно воздействовать на потребителей. / Э. Дю Плесси – СПб: Питер, 2010. . – 272 c. Иванов Г.Г. Экономика организации (торговля): учебник. - М.: ИД «Форум», 2018. – 351 с.
6. Данилов, В.А. Связи с общественностью в коммерческой сфере: учебное пособие / В. А. Данилов. – М.: Издательство РГАУ ― МСХА, 2016. ― 136 с.

**Дополнительная:**

1. Аниськина, Н. В. Модели анализа рекламного текста / Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. - Москва: ИЛ, 2016. ― 304 c.
2. Горчакова, В. Г. Прикладная имиджелогия / В.Г. Горчакова. - М.: Феникс, 2016. ― 480 c.