КАТЕДРА “МАРКЕТИНГ”

**литература**

за държавен изпит на студентите ОКС „Магистър“ специалност

**“Реклама и медийни комуникации”**

1. PR и реклама, Атлантис – ГК, София, 2000;
2. Андреева Л. (1998) Социално познание и междуличностно взаимодействие. София;
3. Буркарт, Р. Наука за комуникацията. София, 2000;
4. Велев, Мл., Маркетингови комуникации, Софтпрес, София, 1998;
5. Годишник на университет „Проф. д-р Асен Златаров”, Бургас, 2006, том 35 (1) <http://www.btu.bg/en/Annual_en/Vol._1/ST_143_1.PDF>;
6. Джефкинс Ф.(1993) Въведение в маркетинга, рекламата и паблик рилейшънс, Варна;
7. Джоанис, Анри, Творческият процес в рекламата / Анри Джоанис, А. Джоанис ; Прев. от фр. Райничка Кисьова-Табакова . - София : Ваньо Нед-ков, 1992.
8. Добрева, Е., И.Савова. Текстолингвистика. Шумен, 2011;
9. Доганов, Д., Дуранкев, Б. и Христо Катранджиев. Интегрирани маркетингови комуникации. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2003;
10. Доганов, Д., Рекламата каквато е, Принцепс, 1996, София;
11. Етичен кодекс на българските медии. http://www.cem.bg/r.php?sitemap\_id=152;
12. Етичен кодекс на ПР специалистите в България. <http://www.bdvo.org/index.phtml?sec=1&sec3=7&part=0&sec4=15&pagenum=15>;
13. Илиева, Лучия, Модерната реклама : [Учебник за ВУЗ] / Лучия Илиева . - София : ТИЛИА, 1996.
14. Как да се оплачем за обидна или подвеждаща реклама 15.09.2010: http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view\_article/id/519/fl/2780/;
15. Как се правят етични реклами 29.08.2010: (<http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view_article/id/521/fl/2052/>);
16. Катранджиев, Христо Иванов, Медияпланиране на рекламната кампа-ния / Христо Иванов Катранджиев . - София : Унив. изд. Стопанство, 2006.
17. Кои реклами са в нарушение: http://www.slusham.com/koi-reklami-sa-v-narushenie-m-tel-globul-sms-za-milioni.html;
18. Кондукторова, А. Делова кореспонденция. Варна, 2006;
19. Кондукторова, А. Деловият език. София, 2001;
20. Кътлип Скот. М., Център Ален М., Бруум Глен М.(1999, 2007) Ефективен Пъблик Рилейшънс, “Рой Комюникейшънс”, София;
21. Льодюк, Робер, Мениджмънт на рекламата / Робер Льодюк, Р. Льодюк ; Прев. от фр. Райничка Кисьова - Табакова . - София : Изд. "Ваньо Недков", 1992.
22. Маринов Р.(2001)PR – кризисни ситуации, ИК “Ваньо Недков”, София;
23. Миленкова-Киен, Р. Увод в семиотиката София , 1999;
24. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България: <http://www.nss-bg.org/kodeks.php>;
25. Паркър, Р. Професионален дизайн в рекламата, СофтПрес, 2006;
26. Петев, Т., Златева М.(2000) Пъблик рилейшънс и конфликти в демократичното общество, С.;
27. Петров, Кирил Правата на потребителите в съвременната бизнес среда – етика и реалност;
28. Правилник за приложение на националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България:. [www.arabulgaria.org/wp-content/uploads/2011/11/Rules.pdf](http://www.arabulgaria.org/wp-content/uploads/2011/11/Rules.pdf)*;*
29. Райков З.(1999) Публична комуникация. "Дармон", София;
30. Райков, Здравко, Креативната комуникация : Как да печелим клиенти и да сразяваме конкуренти / Здравко Райков . - София : Дармон, 2010.
31. Райков, Здравко. Креативната комуникация, Изд-во „Дармон”, 2010;
32. Ставрева, Л., А. Кондукторова. Реторика. Варна, 1990;
33. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията – задачи, казуси, тестове. Наука и икономика, ИУ Варна, 2015
34. Харис, Томас Л.(2002) Добавената стойност на Пъблик рилейшънс, София;
35. Христов, Александър. Проблеми в приложението на нормативните регулации и етичните принципи към рекламата. Брой 1 / Декември 2008 г. Медии и обществени комуникации <http://media-journal.info/?p=item&aid=18>; Негативни въздействия на рекламата: балкански особености. Електронно списание LiterNet 06.08.2006, No8 (81), [http://liternet.bg/publish13/al\_hristov/negativni.htm](http://liternet.bg/publish13/al_hristov/negativni.htm%20) ;
36. Ценкова, Мирослава. Онлайн маркетингови комуникации. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 17.03.2011  
    <http://www.newmedia21.eu/proekti/onlayn-marketingovi-komunikatsii/> (08.02.2012);
37. Цонева, Иванка. „Черен” или негативен ПР – средство за конкурентна борба. СА „Д. Ценов”, Свищов, списание „Диалог”, бр.2, 2007. <http://www.uni-svishtov.bg/dialog/2007/2.07.IZ.pdf>;
38. Advertising and Marketing Communication Practice  
    Consolidated ICC Code: <http://www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html>;
39. Friedman, Furey, The Channel Advantage, BH, 1999;
40. Omar, O. Retail Marketing, ET Pitman, 1999;
41. PDF [Consolidated ICC Code - International Chamber of Commerce](https://www.google.bg/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjB6InX0cTJAhVDLw8KHdzbA-YQFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.iccwbo.org%2FData%2FPolicies%2F2011%2FICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English%2F&usg=AFQjCNEdEBx23bIV_ODfioMh-0yN-ukqBg) 2011 revision of the ICC Consolidated Code of Advertising and Marketing.
42. Public Relations Code of Ethics Resources(*2011* Presentation) <http://www.prsa.org/AboutPRSA/Ethics/Resources/>;
43. Rosenbloom, Bert. Marketing Channels, BH, 1999
44. Назимко, С. Событийный маркетинг, Вершина, Москва, 2007.
45. Росситер, Дж., Л. Перси. Реклама и продвижение товаров, Питер, Санкт-Петербург, 2000;
46. Хэйвуд Р.(1999) Все о Public Relations. Изд. Лаб.баз.знаний, Москва;

13.11.2018 г. Ръководител катедра:

/проф. д-р Е. Станимиров/