

[Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с.](#)

[Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – \(Учебные издания для бакалавров\). – Режим доступа: по подписке.](#)

[Воскресенская, Н. Г. Медиаметрические исследования целевой аудитории: методика количественного анализа : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская, Е. Г. Фирулина. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2014. — 66 с. // Лань : электронно-библиотечная система.](#)

[Дубровина, Н. А. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Н. А. Дубровина, Ю. И. Ряжева. — Самара : СамГУ, 2019. — 88 с. // Лань : электронно-библиотечная система.](#)

[Амеличкин, А. В. Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере : учебное пособие / А. В. Амеличкин. — 2-е изд., доп. — Орел : ОГИИК, 2018. — 131 с. // Лань : электронно-библиотечная система.](#)

[Сабурова, М. М. Маркетинговые коммуникации \(теория, управление, практика\) : учебное пособие / М. М. Сабурова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Ульяновск : УлГТУ, 2017. — 192 с. // Лань : электронно-библиотечная система.](#)