

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

ЛИТЕРАТУРА

За държавен изпит ОКС „магистър“,
спец. „Реклама и медийни комуникации“

1. Андреева Л. (1998) Социално познание и междуличностно взаимодействие. София;
2. Буркарт, Р. Наука за комуникацията. София, 2000;
3. Велев, Мл., Маркетингови комуникации, Софтпрес, София, 1998;
4. 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;
5. Джефкинс Ф.(1993) Въведение в маркетинга, рекламата и паблик рилейшънс, Варна;
6. Добрева, Е., И.Савова. Текстоллингвистика. Шумен, 2011;
7. Доганов, Д., Дуранкев, Б. и Христо Катранджиев. Интегрирани маркетингови комуникации. Университетско издателство „Стопанство“, София, 2003;
8. Доганов, Д., Рекламата каквато е, Принцепс, 1996, София;
9. Етичен кодекс на българските медии. http://www.cem.bg/r.php?sitemap_id=152;
10. Етичен кодекс на ПР специалистите в България.
<http://www.bdvo.org/index.phtml?sec=1&sec3=7&part=0&sec4=15&pagenum=15>;
11. 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/;
12. Как се правят етични реклами 29.08.2010:
[\(http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view_article/id/521/fl/2052/\)](http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view_article/id/521/fl/2052/);
13. Кои реклами са в нарушение: <http://www.slusham.com/koi-reklami-sa-v-narushenie-m-tel-globul-sms-za-milioni.html>;
14. Кондукторова, А. Делова кореспонденция. Варна, 2006;
15. Кондукторова, А. Деловият език. София, 2001;
16. Кътлип Скот. М., Център Ален М., Бруум Глен М.(1999, 2007) Ефективен Пъблик Рилейшънс, “Рой Комюникейшънс”, София;
17. Маринов Р.(2001)PR – кризисни ситуации, ИК “Ваньо Недков”, София;
18. Миленкова-Киен, Р. Увод в семиотиката София , 1999;

19. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България:
<http://www.nss-bg.org/kodeks.php>;
20. Паркър, Р. Професионален дизайн в рекламата, СофтПрес, 2006;
21. Петев, Т., Златева М.(2000) Пъблик рилейшънс и конфликти в демократичното общество, С.;
22. Петров, Кирил Правата на потребителите в съвременната бизнес среда – етика и реалност;
23. 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;
24. PR и реклама, Атлантис – ГК, София, 2000;
25. Райков З.(1999) Публична комуникация. "Дармон", София;
26. Райков, Здравко. Креативната комуникация, Изд-во „Дармон”, 2010;
27. Ставрева, Л., А. Кондукторова. Реторика. Варна, 1990;
28. Харис, Томас Л.(2002) Добавената стойност на Пъблик рилейшънс, София;
29. 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://litenet.bg/publish13/al_hristov/negativni.htm ;
30. Ценкова, Мирослава. Онлайн маркетингови комуникации. // Newmedia21.eu. Медите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 17.03.2011
<<http://www.newmedia21.eu/proekti/onlayn-marketingovi-komunikatsii/>> (08.02.2012);
31. Цонева, Иванка. „Черен” или негативен ПР – средство за конкурентна борба. СА „Д. Ценов”, Свищов, списание „Диалог”, бр.2, 2007. <http://www.univishtov.bg/dialog/2007/2.07.IZ.pdf>;
32. Advertising and Marketing Communication Practice
Consolidated ICC Code: <http://www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html>;
33. Friedman, Furey, The Channel Advantage, ВН, 1999;
34. Omar, O. Retail Marketing, ET Pitman, 1999;
35. Public Relations Code of Ethics Resources(2011 Presentation)
<http://www.prsa.org/AboutPRSA/Ethics/Resources/>;
36. Rosenbloom, Bert. Marketing Channels, ВН, 1999
37. Хэйвуд Р.(1999) Все о Public Relations. Изд. Лаб.баз.знаний, Москва;
38. Росситер, Дж., Л. Перси. Реклама и продвижение товаров, Питер, Санкт-Петербург, 2000;