

Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности: Учебник. — М.: Гардарики, 2002. — 272 с.

ISBN 5-8297-0120-0

Автор — разработчик утвержденной Министерством образования РФ примерной учебной программы специальности — рассматривает такие направления рекламной деятельности, как политическая, социальная и коммерческая реклама. Особое внимание уделено российской рекламе в ситуации зарождения рыночных отношений. Приведен анализ рекламных сообщений в средствах массовой коммуникации. В приложениях даны буклет Американской ассоциации рекламных агентств, международный кодекс проведения маркетинговых и социологических исследований ESOMAR и ICC, вопросы к зачету и экзамену по всему курсу, примерная тематика рефератов и курсовых работ, а также задания для самостоятельной работы.

Для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Социология», «Журналистика».