Бернадская Ю.С. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005. – 281 с.

ISBN 5-02-033965-2 (в пер.).
Данный учебник является первой попыткой отразить все дидактические единицы курса «Основы рекламы» в соответствии с государственным образовательным стандартом (федеральный компонент) и призван сформировать у студентов стройную систему взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития. Рассматриваются основные вехи истории развития рекламы, роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, особенности использования различных средств распространения рекламы, основные концепции и методы разработки рекламной продукции, организация и проведение рекламных кампаний, а так же контроль их эффективности.
Приведены обширная библиография, терминологический словарь, контрольные вопросы и проверочные тесты. Учебник подготовлен авторским коллективом кафедры «Дизайн, реклама и технология полиграфического производства» Омского государственного технического университета и предназначен для студентов высших учебных заведений, изучающих рекламу, PR, маркетинг.
Допущено Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебника для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 032401 (350700) - Реклама