**Перечень рекомендованных информационных ресурсов**

1. **Основная литература**

1.1. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для вузов / Д. П. Гавра. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024

1.2. Кожемякин Е.А. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Е.А. Кожемякин. – Москва: ИНФРА- М, 2023

1.3. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: введение в теорию и исследования / М.М. Назаров; РАН. – изд. стер. – Москва: УРСС, 2022

1.4. Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: опыт междисциплинарного исследования / М.М. Назаров, М.А. Папантиму – Москва: Либроком, 2022

**2. Дополнительная литература**

2.1. Елина Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание): учебное пособие / Е. А. Елина. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016

2.2. Пигулевский В.О. Дизайн визуальных коммуникаций: учебное пособие / В.О. Пигулевский, А.С. Стефаненко ; В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. - Саратов: Вузовское образование, 2021

2.3. Прохожев О. А. Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте: учебно-методическое пособие / О. А. Прохожев. – Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2019

2.4. Сиббет Д. Увидеть решение: Визуальные методы управления бизнесом: Учебное пособие / Дэвид Сиббет. – Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016

2.5. Технологии медиатекста: учебное пособие для вузов / И.В. Ерофеева [и др.]. – 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2024

2.6. Трофимов А.Н. Фирменный стиль и корпоративный дизайн: учебник / А.Н. Трофимов. – Москва: КноРус, 2024

**3. Интернет-ресурсы**

3.1. Информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России «AdIndex». – URL: https://adindex.ru/

3.2. Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде«Cossa.ru». – URL: https://www.cossa.ru/

3.3. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR «Sostav.ru». – URL: https://www.sostav.ru/