**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ**

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

**КАФЕДРА «ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРОЛОГИЯ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**

к выполнению контрольной работы

по дисциплине «Эффективность рекламной деятельности»

для студентов для студентов заочной и заочной сокращенной форм обучения

направления подготовки бакалавров

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(профиль – Реклама)

Ростов-на-Дону

2023

Составитель: к. э. н., доц. Скрынникова И.А.

Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине «Эффективность рекламной деятельности» направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль – Реклама) / ДГТУ, Ростов н/Д, 2023. – 14 с.

Предназначены для студентов заочной формы обучения направления подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль – Реклама)

Научный редактор: к.ист.н., доц. Шишова Н.В.

**1. Общие положения**

Дисциплина «Эффективность рекламной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, к дисциплинам по выбору направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». В ходе изучения дисциплины студент должен уделять внимание самостоятельному углублению теоретических знаний и изучению практических аспектов предмета. На аудиторных занятиях данный курс знакомит студентов со спецификой оценки рекламной деятельности. Особенностью курса является содержательная часть, дающая знания о процессе коммуникативной, психологической и экономической эффективности рекламной деятельности, которая является неотъемлемой частью современной рыночной деятельности любой компании.

В ходе изучения дисциплины, помимо аудиторных занятий, студенты должны планировать и организовывать самостоятельную работу для более углубленного усвоения полученного материала. Курс «Эффективность рекламной деятельности» разделен на несколько блоков, в соответствии с этим, студенту целесообразно после каждого блока тем проводить самопроверку, отвечая на вопросы для самоконтроля.

Таким образом, самостоятельная работа должна акцентироваться на двух основных моментах: изучении практических аспектов оценки эффективности рекламной деятельности и углублении полученных теоретических знаний посредством изучения рекомендованных учебных пособий и учебно-методических материалов.

Получение всей вышеописанной информации в ходе образовательного процесса облегчает подготовку студента к промежуточному контролю и итоговому экзамену (зачету).

Следует обратить внимание на темы, посвященные оценки экономической эффективности. При рассмотрении данного вопроса определенную пользу приносит такие вспомогательные показатели реальной торговли, как:

- отношение прироста объема продаж товара к сумме затрат на его рекламу;

- отношение прироста прибыли, полученной после рекламной кампании, к сумме рекламных затрат;

- динамика уровня рекламных затрат в общем объеме продаж;

- расходы на рекламу на тысячу потребителей, подвергшихся воздействию всех видов рекламы;

- расходы на рекламу на тысячу потребителей, подвергшихся воздействию конкретного вида рекламы;

- количество покупок товара, спровоцированных рекламой;

- прирост объема сбыта за период, прошедший после рекламной кампании (следует всегда иметь в виду, что зачастую прибыль проявляется не сразу после проведения рекламной кампании).

Не менее значимой является проблема, посвященная коммуникативной эффективности и методам ее оценки. Студенту следует внимательно изучить все точки контакта с целевой аудиторией и характерные особенности коммуникации, осуществляемой в каждой точке влияния торговой марки.

При изучении дисциплины «Эффективность рекламной деятельности» студентам следует выполнять рекомендации:

1. Приступая к изучению данной дисциплины необходимо помнить основные положения из дисциплин «История рекламы», «Теория и практика рекламы», «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Экономика рекламной деятельности», «Электронные коммуникации» и др.

2. Изучением дисциплины следует заниматься систематически. При этом лучше вести конспект, включая в него все виды учебной работы: лекции, практические задания, ответы на вопросы самопроверки, тесты.

3. Все темы дисциплины являются в равной мере важными, поэтому не следует приступать к освоению новой темы, не усвоив материал предыдущих.

**2. Особенности выполнения контрольной работы**

Контрольная работа является одной из основных форм межсессионных заданий для студентов заочной формы обучения. Выполнение контрольной работы является итогом изучения студентами тем дисциплины «Эффективность рекламной деятельности». Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленных кафедрой «Истории и культурологии» на основе рабочей программы дисциплины «Эффективность рекламной деятельности».

Согласно учебному плану, студент заочной формы обучения обязан выполнить одну контрольную работу по дисциплине. Контрольная работа состоит из двух частей – теоретической и практической.

Теоретический вопрос контрольной работы выбирается студентом в соответствии с последней цифрой номера зачетной книжки. Например, если последняя цифра номера зачетки – 4, то студент может выбрать одну из тем под номерами 4, 14 или 24, 34 если последняя цифра – 0, то может быть выбрана тема под номером 10, 20 или 30, 40.

Для выполнения практической части студентом самостоятельно выбирается конкретная организация, информация по которой имеется в сети интернет или может быть получена на предприятии.

Выполнение контрольной работы – большая и серьезная работа, которая включает в себя несколько этапов: изучение рекомендованной литературы, дополнительных изданий, составление плана, который должен раскрывать содержание теоретического вопроса и т.п.

Изложение теоретического вопроса должно включать введение, основную часть и заключение. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности темы, сформулировать цель и задачи работы. При раскрытии основной части необходимо обеспечить полное соответствие теоретическому вопросу. Кроме того, теоретические положения и выводы должны подкрепляться практическими примерами. Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем обобщается содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме.

Заключительный этап – оформление. Контрольная работа должна быть написана грамотно, четко, разборчиво (предпочтительно набрана на компьютере и отпечатана, шрифт 14, Times New Roman, полуторный интервал), с выделением абзацев, страницы – пронумерованы. Слева оставляются поля. Объем контрольной работы – 18-20 страниц.

В конце работы приводится перечень использованных информационных ресурсов, включая электронные издания. При этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее 6-9 наименований. Перечень использованных информационных ресурсов должен быть оформлен в соответствии с требованиями.

При правильном и качественном выполнении и оформлении контрольной работе студент получает положительную рецензию, работа рекомендуется к защите. Если контрольная работа не соответствует изложенным требованиям, зачета студент не получает. В этом случае необходимо переработать контрольную работу полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представления контрольной работы при этом не изменяются.

Защита контрольной работы проводится в виде собеседования по теоретической и практической частям контрольной работы, т.е. студент должен знать содержание работы, уметь внятно и четко его изложить при устном ответе, рассказать об особенностях расчета отдельных показателей.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче экзамена по дисциплине «Эффективность рекламной деятельности».

Подробные разъяснения по вопросам изучения курса студенты могут получить на консультациях, проводимых на кафедре «Истории и культурологии».

**3. Тематика теоретической части контрольной работы**

1. Понятия результативности бизнеса и маркетинга.
2. Функции, выполняемые показателями. Классификация показателей.
3. Ключевые показатели маркетинговой деятельности.
4. Общие подходы к оценке эффективности рекламы.
5. Перечислить экономические показатели эффекта.
6. Перечислить коммуникативные показатели, прямо влияющие на увеличение объёмов продаж.
7. Перечислить коммуникативные показатели, косвенно связанные с увеличением объёмов продаж.
8. Показатели, характеризующие результативность коммерческой организации.
9. Методика расчета системы показателей, характеризующих деятельность предприятия.
10. Показатели финансовых результатов.
11. Виды прибыли предприятия, методика их расчета.
12. Показатели рентабельности функционирования, методические подходы к их определению.
13. Показатели эффективности использования потенциала предприятия (производственных ресурсов).
14. Обобщающие показатели, характеризующие деятельность предприятия (результативность бизнеса).
15. Оценка результативности бизнеса с помощью «Золотого правила экономики предприятия», интерпретация результатов.
16. Оценка результативности бизнеса с помощью индекса экономического роста.
17. Показатели коммуникативной эффективности рекламы.
18. Дать характеристику основным качественным показателям коммуникативной эффективности рекламы.
19. Методы оценки коммуникативного эффекта рекламы.
20. Дать характеристику метода прямой оценки различных вариантов рекламного обращения.
21. Дать характеристику метода «тест на вспоминание».
22. Дать характеристику метода парных сравнений.
23. Дать характеристику метода «Ранжирование по достоинству».
24. Дать характеристику метода «Оценка средств рекламы».
25. Как определяется общий коммуникативный эффект проведенной рекламной кампании.
26. Характеристика показателей медиапланирования, используемых для оценки коммуникативной эффективности рекламы.
27. Эффект и эффективность рекламных мероприятий.
28. Перечислить показатели, которые можно использовать для оценки экономического эффекта и эффективности рекламной кампании и рекламных мероприятий, привести методику их расчета.
29. Какие критерии эффективности, рассчитанные с учетом факторов времени, можно использовать для оценки экономической эффективности рекламной кампании и рекламных мероприятий.
30. Методика расчета показателей, учитывающих фактор времени, – чистого приведенного дохода, индекса доходности и срока окупаемости.
31. Определение эффективности рекламы способом опроса по телефону.
32. Способы, оценки эффективности рекламы, основанные на опросе посетителей.
33. Способы оценки эффективности рекламы, основанные на учете покупателей.
34. Косвенные способы оценки эффективности рекламы, преимущества и ограничения.
35. Особенности определения эффективности рекламы, размещаемой в Интернете.
36. Расчетные оценочные способы определения эффективности рекламы.
37. Определение эффективности наружной рекламы.
38. Определение эффективности объявлений в периодической печати.
39. Определение эффективности объявлений по телевидению и радио.
40. Аналитические способы определения эффективности рекламы.
41. Методы оценки коммуникативной эффективности рекламы.
42. Показатели экономической эффективности рекламы.
43. Эффективность рекламной деятельности рекламодателя: концепции, критерии, практика, проблемы.
44. Эффективность размещения рекламы в медиа: концепции, критерии, практика, проблемы.
45. Нерекламные факторы, повышающие эффективность рекламной кампании.

**4. Практическая часть контрольной работы**

Для выполнения практической части контрольной работы по дисциплине «Эффективность рекламной деятельности» студент самостоятельно выбирает предприятие желательно именно то, по материалам которого будет выполняться выпускная квалификационная работа. Для сбора информации по организации можно использовать следующие сайты:

- <https://contragent.integrum.ru/search/> (информация бесплатная);

- <https://www.list-org.com/> (информация бесплатная);

- [https://excheck.pro/](https://excheck.pro/%20) (информация бесплатная);

- <https://www.testfirm.ru/> (информация бесплатная);

- другие источники информации.

Практическая часть включает следующие подразделы:

2.1 Общая характеристика предприятия.

2.2 Анализ основных финансово-экономических показателей.

2.3 Анализ показателей эффективности.

2.4 Расчет эффективности инвестиционного проекта.

Далее представлена информация для выполнения расчетов по каждому подразделу.

**Общая характеристика предприятия.** В данном подразделе необходимо раскрыть следующие вопросы:

* полное и сокращённое наименование предприятия;
* историю возникновения и развития конкретной организации;
* дату основания;
* характер собственности и организационно-правовой статус, дату и место регистрации;
* юридический адрес;
* отраслевую принадлежность и виды деятельности, направления специализации;
* информация по основным учредителям;
* сведения о регистрации предприятия;
* другие сведения.

Информацию целесообразно представить в табличной форме.

Примеры представления информации приведены ниже.

Таблица 1 – Информация по основным учредителям ООО «…» г. Ростов-на-Дону

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Учредитель | Доля от уставного капитала, % | Сумма, руб. |
|  |  |  |
|  |  |  |
| … |  |  |
| Всего | 100,0 |  |

Таблица 2 – Сведения о регистрации фирмы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Государственный орган | Регистратор | Адрес регистратора | Дата постановки на учет | Номер, категория |
| Федеральная налоговая служба (ФНС) | Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 26 по Ростовской области | 344019,  г. Ростов-на-Дону,  ул.Мясникова, д. 52/32 | 11 июля 2012 г. | ОГРН 1126182004080 |
| Налоговый орган - Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 12 по Ростовской области | 346500,  г. Шахты,  ул. Советская, д. 134 а |  | ИНН 6155064199 |
| Федеральная служба государственной статистики | Отдел государственной статистики в г. Шахты | 346500,  г. Шахты,  ул. Ленина,  д. 152 |  | ОКПО 38437194  ОКАТО 60440000000  ОКТМО  60740000001  ОКФС 16  ОКОГУ 4210014 |
| Пенсионный фонд России (ПФР) | Территориальный орган - УПФР в г. Шахты | [346500, г. Шахты, ул. Шишкина, д. 162](http://maps.yandex.ru/?text=346500%2C+%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F+%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C%2C+%D0%B3.+%D0%A8%D0%B0%D1%85%D1%82%D1%8B%2C+%D1%83%D0%BB.+%D0%A8%D0%B8%D1%88%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%B0%2C+162) | 23 июля 2012 г. | 071053026102 |
| Фонд социального страхования (ФСС) | Ростовское региональное отделение Фонда социального страхования Российской Федерации,  Филиал 25 | 346513,  г. Шахты,  ул. Ионова,  д. 112 | 23 июля 2012 г. | 612501091161251 |
| Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП) |  |  | 8 января 2016 г. | категория субъекта - микропредприятие |

Таблица 3 – Виды деятельности ООО «…» г. Ростов-на-Дону

|  |  |
| --- | --- |
| Код вида деятельности по Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД) | Наименование вида деятельности |
| 10.85 | Производство готовых пищевых продуктов и блюд |
| 46.36.3 | Торговля оптовая мучными кондитерскими изделиями |
| 46.36.4 | Торговля оптовая хлебобулочными изделиями |
| 46.38.23 | Торговля оптовая мукой и макаронными изделиями |
| … |  |

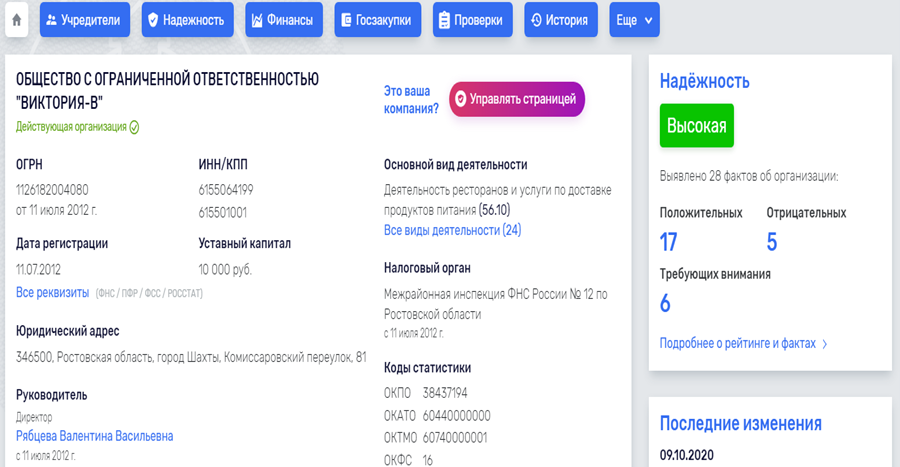


Рисунок 1 – Основные реквизиты компании

**Анализ основных финансово-экономических показателей предприятия.**По данным Бухгалтерского баланса и Отчета о финансовых результатах конкретного предприятия следует составить таблицу основных финансово-экономических показателей (таблица 1) и провести их анализ. К контрольной работе нужно приложить формы отчетности – Бухгалтерский баланс и Отчет о финансовых результатах (в качестве приложения).

Таблица 1 – Основные финансово-экономические показатели ООО «…» за 2021-2022 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2021 год | 2022 год | Изменение | | Темп роста, % | Индекс показателя |
| Абсолют.,  (+,-) | Относит., % |
| Выручка от продаж, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Среднесписочная численность, чел. |  |  |  |  |  |  |
| Фонд заработной платы, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Среднемесячная заработная плата, руб. |  |  |  |  |  |  |
| Производительность труда (выработка) на одного работника, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Себестоимость общая, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Прибыль (убыток) до налогообложения, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Чистая прибыль, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Стоимость активов, тыс. руб., в т.ч. |  |  |  |  |  |  |
| - внеоборотных активов |  |  |  |  |  |  |
| в т.ч основных средств |  |  |  |  |  |  |
| - оборотных активов |  |  |  |  |  |  |
| в т.ч. материальных оборотных средств |  |  |  |  |  |  |
| Уставный капитал, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Затраты на 1 рубль реализации, руб. |  |  |  |  |  |  |
| Рентабельность продаж, % |  |  |  |  |  |  |
| Рентабельность основной деятельности, % |  |  |  |  | - |  |
| Рентабельность капитала, % |  |  |  |  |  |  |

**Анализ показателей эффективности.** В этом подразделе следует рассчитать показатели рентабельности, эффективности использования производственных ресурсов, оценить деятельность предприятия по обобщающим показателям эффективности**.**

1. Используя информацию, представленную в таблице 1 (Основные финансово-экономические показатели), рассчитать показатели рентабельности в базисном и отчетном периоде, информацию свести в таблицу 2 и проанализировать полученные результаты.

Таблица 2 – Показатели рентабельности в 2021-2022 гг., %

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели рентабельности | 2021 г. | 2022 г. | Изменение (+, -) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

1. Рассчитать показатели эффективности использования производственных ресурсов предприятия, информацию свести в таблицу 3 и проанализировать полученные результаты.

Таблица 3 – Показатели эффективности использования производственных ресурсов в 2021-2022 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | 2021 г. | 2022 г. | Изменение | | Темп роста, % | Индекс изменения показателя |
| Абсолют.,  (+,-) | Относит., % |
| Фондоотдача, руб. |  |  |  |  |  |  |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных средств |  |  |  |  |  |  |
| Производительность труда на одного работника (выработка одного работника), тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Среднегодовая заработная плата, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Среднемесячная заработная плата, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |
| Прибыль в расчёте на 1 работника, тыс. руб. |  |  |  |  |  |  |

1. По материалам предыдущих заданий дать оценку деятельности предприятия, используя «Золотое правило экономики предприятия».
2. Определить индекс (*Iэк.р*) и вид (экстенсивный или интенсивный) экономического роста (привести расчеты), дать экономическую интерпретацию.

**Расчет эффективности инвестиционного проекта.** Этот подраздел дает возможность проверить знания студентов в расчете показателей при инвестировании финансовых ресурсов. При этом эффективность рекламных мероприятий (проекта) следует определить по таким показателям, как:

- годовой экономический эффект;

- рентабельность проекта;

- чистый приведенный доход;

- период окупаемости;

- индекс доходности.

Для расчета используются некоторые финансово-экономические показатели анализируемого предприятия, приведенные в таблице 1:

- годовой объем реализации до внедрения рекламных мероприятий равен выручке от продаж отчетного года (таблица 1);

- затраты на 1 руб. реализации до внедрения мероприятия – показатель отчетного года (таблица 1).

Общую сумму затрат на предполагаемые рекламные мероприятия студент должен рассчитать самостоятельно (ориентировочно 20 % прибыли от продаж).

Следует также определить прогнозные значения роста объема продаж. В контрольной работе условно можно принять, что рекламные мероприятия позволят увеличить объем реализации (выручку от продаж) на 10-35 % (студент выбирает самостоятельно возможный прирост).

Кроме того, для расчета показателей, учитывающих временную стоимость денег, прогнозируемый прирост объема продаж следует распределить по кварталам (самостоятельно). С этой целью также необходимо разделить общую сумму затрат на предполагаемые рекламные мероприятия, можно в следующей пропорции: 1 квартал – 40 % от общей суммы; 2 квартал – 20 %; 3 квартал – 10 %; 4 квартал – 30 % или выбрать свой вариант распределения.

В качестве ставки дисконтирования можно использовать ключевую ставку Центробанка РФ на дату написания контрольной работы (найти в интернете).

1. **Перечень использованных информационных ресурсов**
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-Ф3) «О рекламе» (последняя редакция).
3. Ананьева, Н.В. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова ; Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Суслова. - Рекламная деятельность; 2024-05-16. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. - 198 с. - Книга находится в премиум-версии PROFSPO. - Текст. - Гарантированный срок размещения до 16.05.2024 (автопролонгация). - ISBN 978-5-7638-3733-9.
4. Волков, А.С. Оценка эффективности инвестиционных проектов [Электронный ресурс] : Учеб. пособие; Учебное пособие / Волков Алексей Сергеевич, Марченко Андрей Александрович ; ЗАКРЫТ Уникум-ГУУ. - 1. - Москва : Издательский Центр РИОР, 2022. - 111 с. - Книга находится в ЭБС «Znanium.com». - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-369-00901-7. - ISBN 978-5-16-110612-9. - ISBN 978-5-16-004203-9.
5. Галиев, Ж.К. Планирование коммерческой деятельности. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебник / Ж.К. Галиев, Н.В. Галиева ; Ж. К. Галиев, Н. В. Галиева. - Планирование коммерческой деятельности. Бизнес-планирование ; Весь срок охраны авторского права. - Москва : Издательский Дом МИСиС, 2020. - 150 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - ISBN 978-5-907226-72-2.
6. Кисова, А.Е. Оценка эффективности инновационных проектов [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Е. Кисова ; Кисова А. Е. - Липецк : Липецкий ГТУ, 2021. - 136 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции Липецкий ГТУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-00175-090-1.
7. Маркетинг PR и рекламы [Электронный ресурс] : учебник / И.М. Синяева [и др.] ; И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под ред. И. М. Синяева. - Москва : Юнити-Дана, 2017. - 496 с. : табл., ил., схемы. - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2.
8. Минько, Э.В. Оценка эффективности коммерческих проектов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э.В. Минько, О.В. Завьялов, А.Э. Минько ; Э. В. Минько, О. В. Завьялов, А. Э. Минько. - Оценка эффективности коммерческих проектов ; Весь срок охраны авторского права. - Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 553 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS. - Текст. - Весь срок охраны авторского права. - ISBN 978-5-4486-0015-9.
9. Пластинин, А.В. Экономическая эффективность инвестиций [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / А.В. Пластинин ; Пластинин А. В. - Архангельск : САФУ, 2017. - 73 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции САФУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-261-01234-4.
10. Секерин, В.Д. Рекламная деятельность [Электронный ресурс] : Учебник / Секерин Владимир Дмитриевич ; Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 282 с. - Книга находится в ЭБС «Znanium.com». - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-005684-5. - ISBN 978-5-16-110809-3.
11. Середа, Н.А.  
    Оценка эффективности инвестиционных проектов [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Середа ; Середа Н. А. - пос. Караваево : КГСХА, 2021. - 64 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции КГСХА - Экономика и менеджмент.
12. Терёшина, Н.В. Эффективность рекламной и PR-деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «реклама и связи с общественностью», «менеджмент», «торговое дело», «экономика» / Н.В. Терёшина ; Терёшина Н. В. - Москва : РУТ (МИИТ), 2021. - 62 с. - Книга находится в ЭБС «Лань». - Книга из коллекции РУТ (МИИТ) - Экономика и менеджмент.
13. Ухова, Л.В. Эффективность рекламного текста: сборник статей [Электронный ресурс] : сборник научных трудов / Л.В. Ухова ; Л. В. Ухова. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 200 с. - Книга находится в ЭБС «Университетская библиотека online». - ISBN 978-5-4460-9840-8.
14. Хан, Р.С. Маркетинг в сфере услуг : учеб. пособие / Р.С. Хан, А.А. Федосенко ; ДГТУ. - Ростов н/Д. : ИЦ ДГТУ, 2021. - 62 с. - Имеется электронный аналог, режим доступа: https://ntb.donstu.ru. - ISBN 978-5-7890-1859-0 : 69-00.