

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ГОСУДАРСТВЕННОМУ ЭКЗАМЕНУ ПО МАГИСТЕРСКОЙ ПРОГРАММЕ «СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ»

[Алексеев А. Н. Следует ли так уж доверять результатам опросов общественного мнения?](#)

[Бердникова Э.Н. Внутрикorporативный PR и событийный маркетинг](#)

[Гаврилов Л. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе](#)

[Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект](#)

[Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR](#)

[Данилина В.В., Луканина М.В., Минаева Л.В., Салиева Л.К. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика](#)

[Дзялошинский И.М. Коммуникационное воздействие: мишени, стратегии, технологии](#)

[Докторов Б. Все мы вышли из «Грушинской шинели». К 85-летию со дня рождения Б. А. Грушина](#)

[Докторов Б.З. Первопроходцы мира мнений. От Гэллага до Грушина](#)

[Каптерев А. Мастерство презентации. Как создавать презентации, которые могут изменить мир](#)

[Кравченко А. С., Пронина Е. Е. Постправда: патогенез медиавируса // Материалы международной конференции, посвященной О.В. Афанасьевой](#)

[Корпоративные стратегические коммуникации Сборник научных статей](#)

[Лебедева М.М. Технология ведения переговоров](#)

[Лебедева М.М. Технология ведения международных переговоров](#)

[Медиарилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations](#)

[Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью Теория и практика](#)

[Назайкин А., Медиарилейшнз на 100%: Искусство взаимодействия с прессой](#)

[Пискунова М.И. Типы текстов в связях с общественностью / Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Уч. пособие для студентов вузов/ Под ред. В.М.Горохова, Т.Э.Гринберг.М](#)

[Пронина Е. Е. Психологическая экспертиза рекламы. Теория и методика психотехнического анализа рекламы](#)

[Реклама не обманула россиян](#)

Связи с общественностью: Теория, практика, Коммуникативные стратегии / Под ред. В.М.Горохова, Т.Э.Гринберг

Связи с общественностью в органах власти

Тульчинский Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности

Уилкоккс Д. Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ

Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика

Федотова Л.Н. Интернет: параметры потребления

Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд

Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика.

Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг

Юри У. Гарвардская школа переговоров. Как говорить НЕТ и добиваться результатов