























3. Евстафьев В.А., Молин А.В. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров. – М.: Дашков и Ко, 2016. – 507 с.
4. Ромат Е. В. Реклама/Е. В. Ромат. – М.: Питер, 2021. – 496 с.
5. Щепилова Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров. – М., 2013.
6. Федотова Л.Н. Связь с общественностью: теория и практика. – М., 2016.
7. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л.Н. Федотова. – М.: Юрайт, 2021. – 391 с.

*Дополнительная литература:*

1. Бочарова Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений. – СПб.: Лань, 2021. – 88 с.
2. Федотова Л.Н. Социология рекламной деятельности. – М., 2014.
3. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ. История, технологии, классификация. – М., 2010.
4. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст. – М., 2014.
5. Гринберг Т.Э. Политические технологии: PR и реклама. – М., 2014.

**Организация и методика вступительного экзамена**

Экзамен проводится в письменной форме.