



## КАТЕДРА "МАРКЕТИНГ"

### ЛИТЕРАТУРА

за държавен изпит на студентите ОКС „Магистър“ специалност

#### **“Реклама и медийни комуникации”**

1. PR и реклама, Атлантис – ГК, София, 2000;
2. Андреева Л. (1998) Социално познание и междуличностно взаимодействие. София;
3. Буркарт, Р. Наука за комуникацията. София, 2000;
4. Велев, Мл., Маркетингови комуникации, Софтпрес, София, 1998;
5. Годишник на университет „Проф. д-р Асен Златаров”, Бургас, 2006, том 35 (1)  
[http://www.btu.bg/en/Annual\\_en/Vol.1/ST\\_143\\_1.PDF](http://www.btu.bg/en/Annual_en/Vol.1/ST_143_1.PDF);
6. Джефкинс Ф.(1993) Въведение в маркетинга, рекламата и публични релефи, Варна;
7. Джоанис, Анри, Творческият процес в рекламата / Анри Джоанис, А. Джоанис ; Прев. от фр. Райничка Кисьова-Табакова . - София : Ваньо Нед-ков, 1992.
8. Добрева, Е., И.Савова. Текстолингвистика. Шумен, 2011;
9. Доганов, Д., Дуранкев, Б. и Христо Катранджиев. Интегрирани маркетингови комуникации. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2003;
10. Доганов, Д., Рекламата каквато е, Принцепс, 1996, София;
11. Етичен кодекс на българските медии. [http://www.cem.bg/r.php?sitemap\\_id=152](http://www.cem.bg/r.php?sitemap_id=152);
12. Етичен кодекс на ПР специалистите в България.  
<http://www.bdvo.org/index.phtml?sec=1&sec3=7&part=0&sec4=15&pagenum=15>;
13. Илиева, Лучия, Модерната реклама : [Учебник за ВУЗ] / Лучия Илиева . - София : ТИЛИА, 1996.
14. Как да се оплачем за обидна или подвеждаща реклама 15.09.2010:  
[http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view\\_article/id/519/fl/2780/](http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view_article/id/519/fl/2780/);



15. Как се правят етични реклами 29.08.2010:  
([http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view\\_article/id/521/fl/2052/](http://www.aktivnipotrebiteli.bg/p/articles/c/view_article/id/521/fl/2052/));
16. Катранджиев, Христо Иванов, Медияпланиране на рекламната кампания /  
Христо Иванов Катранджиев . - София : Унив. изд. Стопанство, 2006.
17. Кои реклами са в нарушение: <http://www.slusham.com/koi-reklami-sa-v-narushenie-m-tel-globul-sms-za-milioni.html>;
18. Кондукторова, А. Делова кореспонденция. Варна, 2006;
19. Кондукторова, А. Деловият език. София, 2001;
20. Кътлип Скот. М., Център Алан М., Бруум Глен М.(1999, 2007) Ефективен  
Пъблик Рилейшънс, "Рой Комюникейшънс", София;
21. Лъодюк, Робер, Мениджмънт на рекламата / Робер Лъодюк, Р. Лъодюк ; Прев. от  
фр. Райничка Кисьова - Табакова . - София : Изд. "Ваньо Недков", 1992.
22. Маринов Р.(2001)PR – кризисни ситуации, ИК "Ваньо Недков", София;
23. Миленкова-Киен, Р. Увод в семиотиката София , 1999;
24. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България:  
<http://www.nss-bg.org/kodeks.php>;
25. Паркър, Р. Професионален дизайн в рекламата, СофтПрес, 2006;
26. Петев, Т., Златева М.(2000) Пъблик рилейшънс и конфликти в демократичното  
общество, С.;
27. Петров, Кирил Правата на потребителите в съвременната бизнес среда – етика и  
реалност;
28. Правилник за приложение на националните етични правила за реклама и  
търговска комуникация в Р България.: [www.arabulgaria.org/wp-content/uploads/2011/11/Rules.pdf](http://www.arabulgaria.org/wp-content/uploads/2011/11/Rules.pdf);
29. Райков З.(1999) Публична комуникация. "Дармон", София;
30. Райков, Здравко, Креативната комуникация : Как да печелим клиенти и да  
сразяваме конкуренти / Здравко Райков . - София : Дармон, 2010.
31. Райков, Здравко. Креативната комуникация, Изд-во „Дармон”, 2010;
32. Ставрева, Л., А. Кондукторова. Реторика. Варна, 1990;
33. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията – задачи, казуси, тестове. Наука и  
икономика, ИУ Варна, 2015



34. Харис, Томас Л.(2002) Добавената стойност на Пъблик рилейшънс, София;
35. Христов, Александър. Проблеми в приложението на нормативните регулации и етичните принципи към рекламата. Брой 1 / Декември 2008 г. Медии и обществени комуникации <http://media-journal.info/?p=item&aid=18>; Негативни въздействия на рекламата: балкански особености. Електронно списание LiterNet 06.08.2006, No8 (81), [http://litenet.bg/publish13/al\\_hristov/negativni.htm](http://litenet.bg/publish13/al_hristov/negativni.htm) ;
36. Ценкова, Мирослава. Онлайн маркетингови комуникации. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 17.03.2011 <<http://www.newmedia21.eu/proekti/onlayn-marketingovi-komunikatsii/>> (08.02.2012);
37. Цонева, Иванка. „Черен” или негативен ПР – средство за конкурентна борба. СА „Д. Ценов”, Свищов, списание „Диалог”, бр.2, 2007. <http://www.unisvishtov.bg/dialog/2007/2.07.IZ.pdf>;
38. Advertising and Marketing Communication Practice  
Consolidated ICC Code: <http://www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html>;
39. Friedman, Furey, The Channel Advantage, ВН, 1999;
40. Omar, O. Retail Marketing, ET Pitman, 1999;
41. PDF [Consolidated ICC Code - International Chamber of Commerce](#) 2011 revision of the *ICC Consolidated Code* of Advertising and Marketing.
42. Public Relations Code of Ethics Resources(2011 Presentation)  
<http://www.prsa.org/AboutPRSA/Ethics/Resources/>;
43. Rosenbloom, Bert. Marketing Channels, ВН, 1999
44. Назимко, С. Событийный маркетинг, Вершина, Москва, 2007.
45. Росситер, Дж., Л. Перси. Реклама и продвижение товаров, Питер, Санкт-Петербург, 2000;
46. Хэйвуд Р.(1999) Все о Public Relations. Изд. Лаб.баз.знаний, Москва;

09.03.2023 г.

Ръководител катедра:

/доц. д-р В. Жечев/