Список использованных источников

1. Байбородова Л. В., Чернявская А. П. Методология и методы научного исследования: учебное пособие для вузов. / А. П. Чернявская, Л. В. Байбородова – Мск.: Издательство Юрайт, 2023. – 221 с.

2. Баранов, А. Е. Прогноз возврата инвестиций в интернет-маркетинг / А. Е. Баранов – М.: РИОР, 2010. – 85 с.

3. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского / М. М. Бахтин – Мск.: Художественная литература, 1972. – 640 с.

4. Вирин Ф. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин – М.: Эксмо, 2012. – 160 с.

5. Гакаев Р. А. Методы картографического исследования и этапы их формирования / Р. А. Гакаев // Педагогика высшей школы. – 2016 – С. 2-10.

6. Грачева Е. А. Социальные смыслы торговли и рекламы: модерн ХХ век / Е. А. Грачева // Актуальные проблемы социальных и психологических наук: теория, методология, практика. – Кемерово: КемГУ, 2021. – С. 123-126.

7. Демичев Д. А. Виды рекламы в интернете / Д. А. Демичев // E-Scio. – 2019. – С. 16-24.

8. Евдокименко А. С., Митина О. В. Методы анализа текста: методологические основания и программная реализация / А. С. Евдокименко, О. В. Митина // Психология. Психофизиология. – 2010. – С. 11-16.

9. Иванова В. М., Чеховская С. А. Вирусный маркетинг / В. М. Иванова, С. А. Чеховская // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – С.12-22.

10. Кожушко О. А. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования. / О. А. Кожушко – Новосибирск: Интелсиб, 2017. – 327 с.

11. Кудрявцева Н. Ф. Опрос, который изменил опросы / Н. Ф. Кудрявцева // Известия. – 2009. – С. 12-19.

12. Леонтович О. А. Метод дискурс-анализа / О. А. Леонтович // Дискурс-Пи. – 2015. – С. 8-14.

13. Логунова Л. Ю. Социокультурные и методологические основы микросоциологии / Социальная и политическая мобилизация: микросоциологический анализ: коллективная монография / отв. ред. д-р социолог. наук, профессор Л. Л. Шпак. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2015. – 447 с.

14. Логунова Л. Ю. Методология социологических исследований: учеб. пособие. Кемерово: КемГУ. 2014. С. 16-17.

15. Логунова Л. Ю. Социокультурный подход: специфика применения микроанализа / Л. Ю. Логунова // Вестник Том. гос. ун-та. 2015. – С. 48-55.

16. Логунова Л. Ю., Тремблюк Е. Я., Уткина А. Н. Туристический потенциал Кемеровской области: специфика управления / Л. Ю. Логунова, Е. Я. Тремблюк, А. Н. Уткина // Социологическая наука и социальная практика. – Кемерово: Кемеровский государственный университет. 2022. – С. 110-127.

17. Логунова Л. Ю., Бондаренко А. И. Визуальный анализ самопрезентаций образовательных организаций в социальных сетях периода пандемии / Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы IX Междунар. научно-практ. конференции. (26 октября 2021 г.). Ростов-на-Дону: Изд-во ростовского государственного ун-та путей сообщения С. 96-102.

18. Мальцев А. А. Использование рефлексивного анализа при изучении рекламы / А. А. Мальцев // Наука и образование. – Красноярск: Научно-инновационный центр, 2023. – С. 268-271.

19. Мальцев А. А. Визуализация образов в памяти в рекламе. / А. А. Мальцев // Актуальные проблемы социальных и психологических наук: теория, методология, практика. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2022. – С. 100-102.

20. Оганян К. М. Методология и методы социологического исследования: учебник для вузов. / К. М. Оганян – Мск.: Издательство Юрайт, 2023. – 299 с.

21. Петрова О. А., Якутова О. М. Тизерная реклама в сети Интернет / О. А. Петрова, О. М. Якутова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2010. – С. 318-328.

22. Савельева О. С., Трубникова Н. В. Всеобщая история рекламы / О. С. Савельева, Н. В. Трубникова – М.: Дашков и К, 2019. – 452 с.

23. Семенова А. В. Контент-анализ в социологии: методологические новации / А. В. Семенова // Вестник ВятГУ. – 2011. – С. 8-17.
24. Тавокин Е. П. Основы методики социологического исследования: учебное пособие. / Е. П. Тавокин – М.: ИНФРА-М, 2009. 239 с.

25. Тангейт М. Всемирная история рекламы. / М. Тангейт – Ростов на Дону: Омега Паблишер, 2020. – 245 с.

26. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. / В. В. Ученова, Н. В. Старых – СПб.: Питер, 2002. – 216 с.

27. Фролова М. А. История возникновения и развития инфографики / М. А. Фролова // Информационные компьютерные технологии в образовании. – 2014. – С. 5-17.

28. Шальман Т. М. Телевизионная реклама: от истории к современности / Т. М. Шальман // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – №. 2 (8).С. 1-11.

29. Шахов Д. А. Интернет-реклама как целенаправленная информационно-коммуникативная деятельность / Д. А. Шахов // Человек и образование. – М.: Аспект Пресс, 2009. – С. 16-22.

30. Шепелева И. Н. Эволюция средств интернет-рекламы / И. Н. Шепелева // Гуманитарный акцент. – 2017. – С. 4-12.

31. Штомпка П. Визуальная социология. / П. Штопка – Мск.: Логос, 2007. – 231 с.

32. Belch, G. E., Belch, M. A. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. In Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective. / M. A. Belch, G. E. Belch – McGraw: Hill Education, 2021. – 864 p.

33. Kotler, P., Armstrong, G. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications / G. Armstrong, P. Kotler – New Jersey: Prentice Hall, 2010. – 730 p.

34. Kolenda N. Methods of Persuasion: How to Use Psychology to Influence Human Behavior. / N. Kolenda – LLC.: Kolenda Group, 2013. 240 p.

35. O'Reily Tim Ten–No, Eleven–Years of Internet Advertising / O'Reily // O'Reilly Radar. – 2005. – p. 1-4.

36. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. / M. E. Porter – Michigan: Illustrated edition, 1998. 397 p.