

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Основные этапы организации выставочной деятельности

Гудкова Мария Александровна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: maria.gudkova77@gmail.com

Литература

1. Беянина Н. «Выставка - это важно» // [moff/articles/html/article126.html]. - 2005.
2. Захаренко Е. «Выставка. Техника и технология успеха» / Е. Захаренко – М.: Вершина, 2006.-215с.
3. "Конвенция о международных выставках Раздел I, Статья 1 от 22 ноября 1928 г. <http://www.levonevski.net/pravo/razdel3/num7/3d793.html>
4. Меньшиков А. «Выставочный стенд: от брифа до экспозиции» // [moff/articles/html/article106.html]. - 2005.
5. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело: Учебник / Э.А. Уткин, А.И. Кочеткова – М.: 1997.-271с.
6. Федеральный закон « О рекламе» №38- ФЗ- М.: Инфа-М, 2006
7. Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин "ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ" Учебное пособие для вузов Перевод с английского под редакцией Б.Л. Еремина М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.