

Блогеры - лидеры мнений: формирование доверия для повышения рекламной эффективности.
(Предмет «Журналистика. СМИ»). Научная работа.

1. Баландина, О. В. Роль блогеров в современных медиакоммуникациях / О. В. Баландина. – Текст: электронный // Конкурентоспособность территорий: материалы XX Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. В 8-ми частях; ответственные за выпуск Я. П. Силин, Е. Б. Дворядкина. - Москва, 2017. - С. 13-15. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_32425928_64555032.pdf* (дата обращения: 21.11.2019).
2. Беспятова, В. Л. Особенности коммуникаций со СМИ и блогерами в PR / В. Л. Беспятова. – Текст: электронный // Лучшая студенческая статья 2017: сборник статей IX Международного научно-практического конкурса. - 2017. - С. 185-189. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_29374284_53038613.pdf* (дата обращения: 21.11.2019).
3. Гончарова, А. В. Блогинг как новый механизм рекламы или особенности продвижения в Instagram / А. В. Гончарова. - Текст: электронный // Новая наука: современное состояние и перспективы развития: материалы Международной (заочной) научно-практической конференции. под общей редакцией А. И. Вострецова. - Москва, 2017. - С. 263-267. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36677624_37168862.pdf* (дата обращения: 21.11.2019).
4. Жильцова, О. Н. Современные тенденции рекламы в блогосфере Рунета / О. Н. Жильцова, Г. А. Годунов. - Текст: электронный // Управленческие науки в современном мире: сборник докладов научной конференции. - Москва, 2019. - С. 104-108. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_39227890_94231851.pdf* (дата обращения: 21.11.2019).
5. Луциков, В. А. Видеоблогинг как инструмент социальной коммуникации / В. А. Луциков, М. В. Терских. – Текст: электронный // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. - 2018, Т. 4. - № 13. - С. 47-56. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_35156552_27007882.pdf* (дата обращения: 21.11.2019).
6. Маркова, Е. С. Блоггерство как инструмент цифрового маркетинга / Е. С. Маркова, Д. А. Бессонова. – Текст: электронный // Бережливое производство как инструмент конкурентоспособности. Японская культура ведения бизнеса: практика применения в Черноземье материалы межрегиональной научно-практической конференции. – Липецк, 2018. - С. 83-88. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_36913116_82768990.pdf* (дата обращения: 21.11.2019).
7. Ступишина, М. А. Выбор типа рекламной интеграции в зависимости от формата блога на Youtube / М. А. Ступишина, Д. С. Козырева, Е. Н. Софонова. - Текст: электронный // Вестник современных исследований. - 2018. - № 6.4 (21). - С. 332-334. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_35340093_23283517.pdf* (дата обращения: 21.11.2019).

Использованные источники: Каталог НБ ЮУрГУ, полнотекстовая БД «Elibrary».

Полнотекстовые БД «Elibrary» доступны:*

– с компьютеров сети ЮУрГУ.

– удалённый доступ с персональной авторизацией.