



Шарков Ф. И.

Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник для бакалавров / Ф. И. Шарков. — 4-е изд., перераб. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. — 488 с.

ISBN 978-5-394-02089-6

В учебнике излагаются теории коммуникации, генезис коммуникологии, типы и модели коммуникации, истоки и основные парадигмы социальных коммуникаций, теоретические проблемы интеграции различных маркетинговых коммуникаций. В конце каждой главы приводятся вопросы для самоконтроля.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью». Может быть полезен магистрантам, аспирантам и преподавателям высших учебных заведений, а также исследователям и специалистам, связанным с теорией и практикой коммуникации, и в большей мере — социальной коммуникации.