

1 <input type="checkbox"/>	МЕТОДОЛОГИЯ КЕЙС-МЕЙКИНГ В МЕДИАОБРАЗОВАНИИ Богоявленский А.Е. В сборнике: КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под общей редакцией В.В. Тулупова. 2017. С. 158-159.
2 <input type="checkbox"/>	ТЕОРИЯ I-МЕДИА: ПОЛИПАРАДИГМАЛЬНЫЙ ПОДХОД Богоявленский А.Е. В сборнике: Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Министерство образования и науки РФ, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина департамент "Факультет журналистики"; Составитель: О.Ф. Автохутдинова. 2017. С. 163-166.
3 <input type="checkbox"/>	"ARTES LEVIORES" - ИСКУССТВО МЕЛКОГО КАЛИБРА Богоявленский А.Е. В сборнике: Медиа чтения СКФУ сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. 2017. С. 22-27.
4 <input type="checkbox"/>	ТЕОРИЯ I-PR: ТРАЕКТОРИЯ ПОЛИПАРАДИГМАЛЬНОГО ТОННЕЛЯ Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2016 году: творчество, профессия, индустрия Материалы Международной научно-практической конференции. 2017. С. 324-325.
5 <input type="checkbox"/>	ОСНОВНОЙ ВОПРОС PR-ОБРАЗОВАНИЯ Богоявленский А.Е. В сборнике: Ценностный потенциал современных СМИ сборник научных материалов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики, Академия наук региональной печати России. Воронеж, 2017. С. 6-10.
6 <input type="checkbox"/>	PR-ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ НАУКИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ Богоявленский А.Е. Медиаисследования. 2017. № 4-2. С. 5-10.
7 <input type="checkbox"/>	КОММУНИКАЦИЯ КОММУНИКАЦИИ Богоявленский А.Е. В книге: Медиа в современном мире. 55-е Петербургские чтения Тезисы Международного научного форума [Электронный ресурс]. 2016.
8 <input type="checkbox"/>	О ТЕРМИНЕ I-МЕДИА Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2015 году. Информационный потенциал общества и ресурсы медиасистемы Сборник материалов международной научно-практической конференции. 2016. С. 4-6.
9 <input type="checkbox"/>	INSTAGRAM IT-АГЕНСТВА "МАНУФАКТУРА": ТОЧКИ НАД "I" Алексеев А.А., Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". 2016. С. 92-93.
10 <input type="checkbox"/>	ПОНИМАНИЕ МЕДИА: ВНУТРЕННЕЕ СЖАТИЕ ЦИВИЛИЗАЦИИ Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2016. № 1. С. 84-87.
11 <input type="checkbox"/>	ПОНИМАНИЕ МЕДИА: ВНУТРЕННЕЕ СЖАТИЕ ЦИВИЛИЗАЦИИ Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Право. 2016. № 1. С. 84.
12 <input type="checkbox"/>	РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Тулупов В.В., Беспамятнова Г.Н., Богоявленский А.Е., Глебов А.И., Гордеев Ю.А., Давтян А.А., Дыкин Р.В., Дьякова Т.А., Кажикин А.А., Колесникова В.В., Колобов В.В., Красова Е.Ю., Курганова Е.Б., Маслов А.С., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Топильская Е.Е., Цуканова М.И., Шилова М.А., Шишлянникова А.М. и др. теория и практика / Воронеж, 2015.

13 <input type="checkbox"/>	ГИПОТЕЗА "ОТЦИФРОВАННОЙ" ТОЛПЫ Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2014 году. СМИ как фактор общественно диалога Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2015. С. 237-238.
14 <input type="checkbox"/>	КОММУНИКАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МЕДИА: УРОВЕНЬ МУЛЬТИСТОРОННЕЙ ГИПЕРКОММУНИКАЦИИ Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2014 году. СМИ как фактор общественно диалога Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. 2015. С. 257-258.
15 <input type="checkbox"/>	ИССЛЕДОВАНИЯ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ Богоявленский А.Е. В книге: Реклама и связи с общественностью Тулупов В.В., Беспямятнова Г.Н., Богоявленский А.Е., Глебов А.И., Гордеев Ю.А., Давтян А.А., Дыкин Р.В., Дьякова Т.А., Кажикин А.А., Колесникова В.В., Колобов В.В., Красова Е.Ю., Курганова Е.Б., Маслов А.С., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Топильская Е.Е., Цуканова М.И., Шилова М.А., Шишлянникова А.М. и др. теория и практика. Воронеж, 2015. С. 291-303.
16 <input type="checkbox"/>	МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ : "КРЕАТИВНАЯ ИНДУСТРИЯ" ИЛИ ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ? Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Всероссийская научно-практическая конференция. 2015. С. 5-6.
17 <input type="checkbox"/>	ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В РОССИИ: ОТ "ПЮБЛИСИТЕ" К ПАБЛИСИТИ СТАТЬЯ 2. ИСТОКИ РОССИЙСКИХ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 3. С. 128-131.
18 <input type="checkbox"/>	PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ВОРОНЕЖЕ Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2013 году: регионы в российском медиапространстве Ответственные редакторы: Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский. 2014. С. 244-245.
19 <input type="checkbox"/>	ПОРЯДОК ИЗ ХАОСА Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". под редакцией В. В. Тулупова. 2014. С. 56-57.
20 <input type="checkbox"/>	ТЕОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ КАК ФЕНОМЕН НЕКЛАССИЧЕСКОЙ И ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ НАУКИ Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 3. С. 104-107.
21 <input type="checkbox"/>	"ХРУЩЕВПРОП ОТТЕПЕЛИ" КАК "СОВЕТСКИЙ ФОРМАТ" ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 1. Н.ХРУЩЁВ И ЕГО "ИЗМЫ" Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2014. № 3-4 (122-123). С. 31-36.
22 <input type="checkbox"/>	"ХРУЩЕВПРОП ОТТЕПЕЛИ" КАК "СОВЕТСКИЙ ФОРМАТ" ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 2. ЧЕРНО-БЕЛЫЕ ТОНА "КРАСНОГО ПИАРА" Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2014. № 5-6 (124-125). С. 35-39.
23 <input type="checkbox"/>	"ХРУЩЕВПРОП ОТТЕПЕЛИ" КАК "СОВЕТСКИЙ ФОРМАТ" ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 3. ПОЛИТИК "ОТКРЫТОГО ТИПА" Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2014. № 7-8 (126-127). С. 49-54.
24 <input type="checkbox"/>	ЦЕНТРАЛЬНОЕ ЗВЕНО ГЕНЕТИЧЕСКОГО КОДА PR Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2012 году: социальная миссия и профессия Сборник материалов

	международной научно-практической конференции. 2013. С. 314-315.
25 <input type="checkbox"/>	ЛОГИКА ТРАНСФОРМАЦИИ ИДЕИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (КСО) В КОНТЕКСТЕ СИНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПЕРИОДИЗАЦИИ МАКРОЭТАПА "СОБСТВЕННО ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ И ЛИЧНО ИСПОЛНЕННАЯ АВТОРОМ ТАБЛИЦА, ИЛЛЮСТРИРУЮЩАЯ УКАЗАННЫЙ ПРОЦЕСС Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Под общей редакцией: В. В. Тулупов. 2013. С. 43-46.
26 <input type="checkbox"/>	ПРАВДИВАЯ ИСТОРИЯ ПИАРА, КАК ОНА ЕСТЬ НА САМОМ ДЕЛЕ: ГЛАВЫ 2 И 3 Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2013. № 1-2 (112-113). С. 60-65.
27 <input type="checkbox"/>	ДИАЛЕКТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИЙ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2013. № 3-4 (114-115). С. 42-44.
28 <input type="checkbox"/>	О НАПРАВЛЕНИЯХ ПР И О ПРОФЕССИОНАЛАХ И.Т.Д.-РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2013. № 5-6 (55-56). С. 45-48.
29 <input type="checkbox"/>	ЭТИЧЕСКИЕ РАМКИ ПОЛИТТЕХНОЛОГИИ Богоявленский А.Е. В сборнике: Ценности современного общества и средства массовой информации Материалы Международной научно-практической конференции "Журналистика 2011". Ответственные редакторы: Вартанова Е.Л., Засурский Я.Н.. 2012. С. 233-234.
30 <input type="checkbox"/>	ПИАР И ВЛАСТЬ, ИЛИ ПОСТВИЗАНТИЙСКИЙ ПОСТМОДЕРНИЗМ ПОСТСОВЕТСКОГО ПОСТАГИТПРОМА Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". 2012. С. 48-49.
31 <input type="checkbox"/>	ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В РОССИИ: ОТ "ПЮБЛИСИТЕ" К "ПИАРУ" СТАТЬЯ 1. МАКОЭТАПЫ СИНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ПЕРИОДИЗАЦИИ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2012. № 2. С. 138-140.
32 <input type="checkbox"/>	МАРКЕТИНГ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 5. ДИАЛЕКТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2012. № 3-4 (106-107). С. 41-44.
33 <input type="checkbox"/>	ПРАВДИВАЯ ИСТОРИЯ ПИАРА, КАК ОНА ЕСТЬ НА САМОМ ДЕЛЕ: ГЛАВА 1. ПИАР В ПРОЦЕССЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПЕРЕРОЖДЕНИЯ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2012. № 7-8 (110-111). С. 28-31.
34 <input type="checkbox"/>	ЗАДАЧНИК ПО PR Богоявленский А.Е., Курганова Е.Б., Нечаев Д.Н., Новичихина М.Е., Попов С.А., Попов В.Г., Топильская Е.Е., Щекина И.А. Воронеж, 2011.
35 <input type="checkbox"/>	ИСТОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В РОССИИ: ОТ "ПЮБЛИСИТЕ" К ПАБЛИСИТИ Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2010 г.: СМИ в публичной сфере Материалы международной научно-практической конференции. 2011. С. 393-394.
36 <input type="checkbox"/>	ПРОФЕССИИ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ДИНАМИКА ИНСТИТУАЛИЗАЦИИ Богоявленский А.Е. В книге: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". под редакцией В. В. Тулупова. 2011. С. 71-72.

37 <input type="checkbox"/>	МАРКЕТИНГ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 4. РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГА В РОССИИ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2011. № 3-4 (98-99). С. 49-54.
38 <input type="checkbox"/>	МАРКЕТИНГ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 6. ПРОФЕССИИ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА, ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ И МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ДИНАМИКА ИНСТИТУАЛИЗАЦИИ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2011. № 7-8 (102-103). С. 69-87.
39 <input type="checkbox"/>	СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА Богоявленский А.Е., Курганова Е.Б., Нечаев Д.Н., Новичихина М.Е., Попов В.Г., Топильская Е.Е., Тулупов В.В., Шилова М.А., Щекина И.А. учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 030601 "Журналистика" / Факультет журналистики ВГУ. Воронеж, 2010.
40 <input type="checkbox"/>	СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА Богоявленский А.Е., Курганова Е.Б., Нечаев Д.Н., Новичихина М.Е., Попов В.Г., Топильская Е.Е., Тулупов В.В., Шилова М.А., Щекина И.А. учебное пособие для студентов вузов / Под редакцией В. В. Тулупова и Е. Е. Топильской. Воронеж, 2010.
41 <input type="checkbox"/>	ЭВОЛЮЦИЯ ЖАНРОВ И ТЕОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. В книге: Жанровые метаморфозы в российской журналистике Тезисы IV Всероссийской научно-практической конференции. 2010. С. 10-11.
42 <input type="checkbox"/>	ИСТОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ: ПЕРИОДИЗАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ПЕРИОДА "СОБСТВЕННО PR" Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Под редакцией В. В. Тулупова. 2010. С. 103-104.
43 <input type="checkbox"/>	ИССЛЕДОВАНИЯ В ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. В книге: Связи с общественностью: теория и практика Богоявленский А.Е., Курганова Е.Б., Нечаев Д.Н., Новичихина М.Е., Попов В.Г., Топильская Е.Е., Тулупов В.В., Шилова М.А., Щекина И.А. учебное пособие для студентов вузов. Под редакцией В. В. Тулупова и Е. Е. Топильской. Воронеж, 2010. С. 152-182.
44 <input type="checkbox"/>	ИГРА В "ЧЕТЫРЕ ПИ" (КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ПРЕОБРАЖЕНИЕ ФОРМУЛЫ "4 P") Богоявленский А.Е. В сборнике: Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения Материалы межвузовской научно-практической конференции. 2010. С. 218-219.
45 <input type="checkbox"/>	СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ PR-ТЕКСТОВ И ЛОГИКА РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ Богоявленский А.Е. В сборнике: Эволюция жанров в российской журналистике Сборник научных статей II и III Всероссийской научно-практической конференции. Самарский государственный университет. 2010. С. 226-254.
46 <input type="checkbox"/>	ИСТОРИЯ PR : СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2009 году: трансформация систем СМИ в современном мире Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Факультет журналистики, Научно-методический центр преподавателей и исследователей журналистики; ответственные редакторы: Е. Л. Вартанова, Я. Н. Засурский и др.. 2010. С. 479-480.
47 <input type="checkbox"/>	МАРКЕТИНГ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 2. ЭВОЛЮЦИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЙ ПОНЯТИЯ "МАРКЕТИНГ" Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2010. № 1-2 (88-89). С. 54-58.
48	МАРКЕТИНГ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 3. МОДЕЛЬ СОДЕРЖАНИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИКА

<input type="checkbox"/>	<p>ФОРМУЛЫ "4P" Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2010. № 3-4 (90-91). С. 59-64.</p>
49 <input type="checkbox"/>	<p>ИНТЕГРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ПР Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2010. № 5-6 (92-93). С. 53.</p>
50 <input type="checkbox"/>	<p>МЫ РОЖДЕНЫ, ЧТОБ СКАЗКУ СДЕЛАТЬ БЫЛЬЮ Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию профессора Л.Е. Кройчика. 2009. С. 122-124.</p>
51 <input type="checkbox"/>	<p>МУЛЬТИСТОРОННЯЯ ГИПЕРКОММУНИКАЦИЯ И ТЕОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. В книге: Жанровая стратегия современных российских масс-медиа Тезисы III Всероссийской научно-практической конференции. Федеральное агентство по образованию, Самарская областная организация Союза журналистов РФ, ГОУ ВПО "Самарский государственный университет". Самара, 2009. С. 36-37.</p>
52 <input type="checkbox"/>	<p>К ПРОБЛЕМЕ ИДЕНТИФИКАЦИИ ПР-ТЕКСТОВ Богоявленский А.Е. В книге: Жанровая стратегия современных российских масс-медиа Тезисы III Всероссийской научно-практической конференции. Федеральное агентство по образованию, Самарская областная организация Союза журналистов РФ, ГОУ ВПО "Самарский государственный университет". Самара, 2009. С. 38-39.</p>
53 <input type="checkbox"/>	<p>ТИПОЛОГИЯ ТЕКСТООБРАЗУЮЩИХ ФОРМ ПРОДВИЖЕНИЯ В ПРАКТИКЕ ИД "КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА-ВОРОНЕЖ" (ИД "СВОБОДНАЯ ПРЕССА") Богоявленский А.Е. В сборнике: Региональная журналистика в условиях социально-экономических трансформаций XIX-XXI вв материалы международной научно-практической конференции посвященной 125-летию со дня создания газеты "Северный Кавказ" и 25-летию Отделу периодических изданий Ставропольской государственной краевой универсальной научной библиотеки имени М Ю. Лермонтова. Комитет Ставропольского края по информационной политике и массовым коммуникациям, ГУК "Ставропольская государственная краевая универсальная научная библиотека имени М. Ю. Лермонтова", ГОУ ВПО "Ставропольский государственный университет". Ставрополь, 2009. С. 88-93.</p>
54 <input type="checkbox"/>	<p>МАРКЕТИНГ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ. СТАТЬЯ 1. КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА И ТЕОРИЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2009. № 7-8 (86-87). С. 57-63.</p>
55 <input type="checkbox"/>	<p>ИНДОССАМЕНТ В ЭЛЕКТРОННОМ ПРОЦЕССЕ Богоявленский А.Е., Богоявленский Д.Н. В сборнике: Проблемы массовой коммуникации Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2008. С. 81-83.</p>
56 <input type="checkbox"/>	<p>BACK IN THE USSR (ИЛИ ПРО ПР В ПОСТСССР) Богоявленский А.Е. В сборнике: Проблемы массовой коммуникации Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2008. С. 83-84.</p>
57 <input type="checkbox"/>	<p>ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПР: ДИАГНОСТИКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ИЗЪЯНА (ЦИКЛ СТАТЕЙ): СТАТЬЯ 2. РЕКОНСТРУКЦИЯ ПРЕДПОЛАГАЕМОЙ ДИСКУССИИ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2008. № 3-4 (74-75). С. 57-61.</p>
58 <input type="checkbox"/>	<p>ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПР: ДИАГНОСТИКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ИЗЪЯНА (ЦИКЛ СТАТЕЙ): СТАТЬЯ 3. О "МИФИЧЕСКОМ БЛАГОПОЛУЧИИ" И НАДМАРКЕТИНГОВОЙ ТРАНСЛЯЦИИ "КОРПОРАТИВНЫХ МОРАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ" Богоявленский А.Е.</p>

	Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2008. № 5-6 (76-77). С. 61-65.
59 <input type="checkbox"/>	ДВОЯКОВОПЛОЩЕННЫЙ СТАТУС ПР (ОБОБЩЕННАЯ ФОРМУЛА МЕДИА-РИЛЕЙШНЗ) Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2007. С. 150-151.
60 <input type="checkbox"/>	СМИ ИЛИ СПГ? (СЕМАНТИЧЕСКАЯ ТАЙНОПИСЬ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕРМИНОВ) Богоявленский А.Е. В сборнике: Профессия - журналист: вызовы XXI века материалы международной научной конференции, Москва, 5-8 февраля 2007 г.. ответственные редакторы: Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова, М. В. Шкондин. Москва, 2007. С. 277-278.
61 <input type="checkbox"/>	ЧТО В ИМЕНИ ТВОЕМ, ПР? Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2007. № 5-6 (68-69). С. 80-87.
62 <input type="checkbox"/>	ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПР: ДИАГНОСТИКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ИЗЪЯНА (ЦИКЛ СТАТЕЙ): СТАТЬЯ 4. ЛАКМУСОВАЯ БУМАЖКА ДЛЯ ПАБЛИК РИЛЕЙШЕНЗ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2007. № 7-8 (78-79). С. 51-56.
63 <input type="checkbox"/>	ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПР: ДИАГНОСТИКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ИЗЪЯНА (ЦИКЛ СТАТЕЙ): СТАТЬЯ 1. ПРОБЛЕМЫ ЯЗЫКОВОЙ АДАПТАЦИИ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2007. № 7-8 (70-71). С. 55-58.
64 <input type="checkbox"/>	ПР-ТЕКСТ В СИСТЕМЕ ГЕНЕАЛОГИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ Богоявленский А.Е. автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воронежский государственный университет. Воронеж, 2006
65 <input type="checkbox"/>	ПР-ТЕКСТ В СИСТЕМЕ ГЕНЕАЛОГИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ Богоявленский А.Е. диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воронеж, 2006
66 <input type="checkbox"/>	ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ПР Богоявленский А.Е. В сборнике: Национальные проекты как фактор созидания в современной России Сборник научных трудов региональной межвузовской научно-практической конференции. 2006. С. 101-107.
67 <input type="checkbox"/>	ТИПОЛОГИЯ ЭДВАЙСОРИ (ADVISORY) В МЕДИА РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2006. С. 131-133.
68 <input type="checkbox"/>	О ТЕРМИНЕ "PR-ВАЛЕНТНОСТЬ" Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2006. С. 133-134.
69 <input type="checkbox"/>	ОПЫТ СТУДЕНЧЕСКОГО РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА "НАШИ ЛЮДИ" ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ Богоявленский А.Е. В сборнике: Национальные проекты как фактор созидания в современной России Сборник научных трудов региональной межвузовской научно-практической конференции. 2006. С. 156-158.
70 <input type="checkbox"/>	ГЕНЕАЛОГИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ПР-ТЕКСТОВ Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2006. № 1. С. 93-102.
71 <input type="checkbox"/>	ЛОГИКА ВОЗНИКНОВЕНИЯ МАКРО-ПР В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИЙ СЖИМАЮЩЕГОСЯ ВРЕМЕНИ И РАСШИРЯЮЩЕГОСЯ МИРА Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика.

	2006. № 2. С. 153-162.
72 <input type="checkbox"/>	<p>ПР-ВАЛЕНТНОСТЬ И КОНТЕКСТНОЕ ОБРАМЛЕНИЕ ПР-ТЕКСТА Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2006. № 1-2 (57-58). С. 55-60.</p>
73 <input type="checkbox"/>	<p>ПР-ПРОФИ : КТО, ГДЕ, ПОЧЕМ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2006. № 5-6 (60-61). С. 75-77.</p>
74 <input type="checkbox"/>	<p>ОТКУДА В РОССИИ АФРИКАНСКИЕ НАЗВАНИЯ? Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2006. № 7-8 (62-63). С. 65-72.</p>
75 <input type="checkbox"/>	<p>ВОСХОДЯЩИЕ УРОВНИ PR Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире Материалы научно-практической конференции. Москва, 2005. С. 200-202.</p>
76 <input type="checkbox"/>	<p>О НЕЗАКОННОРОЖДЕННЫХ ТЕРМИНАХ (НА ПРИМЕРЕ ТЕРМИНА "РЕКЛАМА") Богоявленский А.Е. В книге: Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения Тезисы научно-практической конференции. 2005. С. 353-355.</p>
77 <input type="checkbox"/>	<p>ИСТОРИЯ ПУБЛИЦИСТИКИ: КУДА ПОДЕВАЛАСЬ ТЫСЯЧА ЛЕТ? Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2005. С. 52-55.</p>
78 <input type="checkbox"/>	<p>О ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РОЛИ ВТОРОЙ ДРЕВНЕЙШЕЙ (К ЮБИЛЕЮ ПЕРЕСТРОЙКИ) Богоявленский А.Е. В сборнике: СМИ и журналистика: прошлое, настоящее, будущее (взгляд из провинции) Материалы региональной научно-практической конференции. Федеральное агентство по образованию, Старооскольский филиал государственного образовательного учреждения ВПО "Воронежский государственный университет"; ответственный редактор Цуканов Е. А.. 2005. С. 86-88.</p>
79 <input type="checkbox"/>	<p>ATL & VTL: ОТКУДА ЧТО БЕРЕТСЯ Богоявленский А.Е. В сборнике: СМИ и журналистика: прошлое, настоящее, будущее (взгляд из провинции) Материалы региональной научно-практической конференции. Федеральное агентство по образованию, Старооскольский филиал государственного образовательного учреждения ВПО "Воронежский государственный университет"; ответственный редактор Цуканов Е. А.. 2005. С. 89-90.</p>
80 <input type="checkbox"/>	<p>МИФУ - МИФ! (ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ МИФА) Богоявленский А.Е. В сборнике: СМИ и журналистика: прошлое, настоящее, будущее (взгляд из провинции) Материалы региональной научно-практической конференции. Федеральное агентство по образованию, Старооскольский филиал государственного образовательного учреждения ВПО "Воронежский государственный университет"; ответственный редактор Цуканов Е. А.. 2005. С. 91-92.</p>
81 <input type="checkbox"/>	<p>ПР-ТЕКСТ В РЕГИОНАЛЬНОЙ МЕДИАПРАКТИКЕ Богоявленский А.Е. В сборнике: СМИ и журналистика: прошлое, настоящее, будущее (взгляд из провинции) Материалы региональной научно-практической конференции. Федеральное агентство по образованию, Старооскольский филиал государственного образовательного учреждения ВПО "Воронежский государственный университет"; ответственный редактор Цуканов Е. А.. 2005. С. 93-94.</p>
82 <input type="checkbox"/>	<p>ЧТО НАША ЖИЗНЬ? Богоявленский А.Е. Советник. 2005. № 6. С. 48-51.</p>

83 <input type="checkbox"/>	<p>ПР-ФОРМЫ ВНУТРЕННЕЙ И СМЕЖНОЙ КОММУНИКАЦИИ В МЕДИАПРАКТИКЕ ИД "СВОБОДНАЯ ПРЕССА" Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2005. № 1. С. 145-155.</p>
84 <input type="checkbox"/>	<p>ПРИ ПУБЛИЦИСТИКА: РЕТРОСПЕКТИВА СМЫСЛА (ИЗ ЦИКЛА "ЭСКИЗЫ К ТЕОРИИ ПР") Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2005. № 2. С. 148-169.</p>
85 <input type="checkbox"/>	<p>РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ : ЛОГИКА РАЗВИТИЯ ТЕРМИНОЛОГИИ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2005. № 1-2 (52-53). С. 59-65.</p>
86 <input type="checkbox"/>	<p>КРИТЕРИИ "НЬЮЗ" В ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2005. № 3-4 (54-55). С. 86-89.</p>
87 <input type="checkbox"/>	<p>КЛАССИФИКАЦИЯ ПР-ТЕКСТОВ: НЕПРОЯСНЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОДХОДОВ Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2005. № 7-8 (56-57). С. 50-54.</p>
88 <input type="checkbox"/>	<p>О ТЕРМИНЕ "ПУБЛИЦИСТИКА" Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции исследователей журналистики, рекламы и паблик рилейшенз. 2004. С. 10-11.</p>
89 <input type="checkbox"/>	<p>МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ПРЕСС-РЕЛИЗА Богоявленский А.Е. В сборнике: Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития Москва, 2004. С. 273-275.</p>
90 <input type="checkbox"/>	<p>ДИАЛЕКТИКА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ПОНЯТИЙ "ПР" И "ПРОПАГАНДА" Богоявленский А.Е. В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции исследователей журналистики, рекламы и паблик рилейшенз. 2004. С. 81-83.</p>
91 <input type="checkbox"/>	<p>ТИПЫ ТЕКСТОВ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ И НОСИТЕЛИ ПР-СООБЩЕНИЙ Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 1. С. 150-157.</p>
92 <input type="checkbox"/>	<p>О ЛОГИКЕ "БЛУЖДАЮЩИХ АББРЕВИАТУРНЫХ ТЕРМИНОВ" (ОБОБЩЕННЫЕ МОДЕЛИ РЕКЛАМЫ И ПР) Богоявленский А.Е. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 2. С. 106-114.</p>
93 <input type="checkbox"/>	<p>МАЛЕНЬКАЯ ЗАДАЧКА ПО ОБЩЕСТВОВЕДЕНИЮ : (РАЗМЫШЛЕНИЯ В СТИЛЕ НАУЧНОГО ЭССЕ) Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2004. № 3-4 (46-47). С. 85-93.</p>
94 <input type="checkbox"/>	<p>ПОНЯТИЯ "ИМИДЖ", "РЕПУТАЦИЯ" И "ОБРАЗ" В КОНТЕКСТЕ "КРИТИКИ ЧИСТОГО РАЗУМА" И.КАНТА Богоявленский А.Е. Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2004. № 5-6 (48-49). С. 57-62.</p>
95 <input type="checkbox"/>	<p>PR И ЖУРНАЛИСТИКИ: ПОГОВОРИМ О ЦЕННОСТЯХ ПО ПОНЯТИЯМ Богоявленский А.Е. В сборнике: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, факультет журналистики. 2003. С. 10-12.</p>
96 <input type="checkbox"/>	<p>ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ТИПОЛОГИЯ СМИ Богоявленский А.Е.</p>

	В сборнике: ЖУРНАЛИСТИКА В 2002 ГОДУ. СМИ И РЕАЛИИ НОВОГО ВЕКА Материалы научно-практической конференции. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Факультет журналистики. 2003. С. 129-131.
97 <input type="checkbox"/>	"ПРИНЦИП АЙКИДО" В ПРАКТИКЕ ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. В сборнике: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, факультет журналистики. 2003. С. 163-164.
98 <input type="checkbox"/>	АЛХИМИЯ РЕКЛАМЫ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ Богоявленский А.Е. В сборнике: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, факультет журналистики. 2003. С. 164-166.
99 <input type="checkbox"/>	ГЕНЕАЛОГИЧЕСКИЙ ПРИЗНАК PR-ТЕКСТОВ Богоявленский А.Е. В сборнике: Средства массовой информации в современном мире Материалы Межвузовской научно-практической конференции. 2003. С. 270-271.
100 <input type="checkbox"/>	СТЕПЕНЬ ОПЕРАТИВНОСТИ НОВОСТИ Богоявленский А.Е. В книге: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2003. С. 4-5.
101 <input type="checkbox"/>	РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕДИА-ПРОЕКТЫ Богоявленский А.Е. В сборнике: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, факультет журналистики. 2003. С. 7-10.
102 <input type="checkbox"/>	ЕВРОПА НАЧАЛА XX ВЕКА ГЛАЗАМИ РУССКОГО ЖУРНАЛИСТА Богоявленский А.Е. В книге: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2003. С. 79-80.
103 <input type="checkbox"/>	МНОГОУРОВНЕВАЯ СИСТЕМА PR Богоявленский А.Е. В книге: Журналистика - Реклама - Связи с общественностью Материалы научно-практической конференции. 2000. С. 174-175.
104 <input type="checkbox"/>	ОБ ИСТОРИЧЕСКОМ ВОЗРАСТЕ PR В РОССИИ Богоявленский А.Е. В книге: Журналистика в 1998 году Тезисы научно-практической конференции. Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова, факультет журналистики. 1999. С. 20-22.
105 <input type="checkbox"/>	ПРЕСС-РЕКЛАМА: ОСОБЕННОСТИ И СТИЛИ, ЯЗЫК, ЗРИТЕЛЬНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ, ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ Тулупов В.В., Шишлянникова А.М., Хомчук-Черная Т.Н., Богоявленский А.Е. Учебно-методическое пособие для студентов факультетов журналистики / Воронеж, 1996.
106 <input type="checkbox"/>	ТИПОЛОГИЯ СМИ И МАРКЕТИНГ Богоявленский А.Е. В книге: Оптимизация средств массовой информации: опыт и перспектива Тезисы научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 1996. С. 51-52.
107 <input type="checkbox"/>	НРАВСТВЕННОЕ НАПРЯЖЕНИЕ ПУБЛИЦИСТА Богоявленский А.Е. В книге: Современные СМИ: истоки, концепции, поэтика Тезисы межрегиональной научно-практической конференции. 1994. С. 127-128.