

<input type="checkbox"/>	1 БАЗОВЫЕ ПЕРИНАТАЛЬНЫЕ МАТРИЦЫ КАК ТВОРЧЕСКИЙ РЕСУРС ДЛЯ СОЗДАНИЯ СЮЖЕТНОЙ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> Реклама: теория и практика. 2017. № 1. С. 48-55.
<input type="checkbox"/>	2 В ПОИСКАХ ГЕРОЯ АНТРОПОЦЕНТРИЧЕСКОГО ТЕКСТА <i>Давтян А.А.</i> В книге: Медиа в современном мире. 55-е Петербургские чтения Тезисы Международного научного форума [Электронный ресурс]. 2016.
<input type="checkbox"/>	3 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКЗАМЕН КАК ПРОВЕРКА ГОТОВНОСТИ ВЫПУСКНИКА МАГИСТРАТУРЫ К ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Давтян А.А., Курганова Е.Б., Топильская Е.Е.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2016. С. 119-122.
<input type="checkbox"/>	4 РАБОТОДАТЕЛЬ - УЧАСТНИК ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА <i>Топильская Е.Е., Курганова Е.Б., Давтян А.А.</i> В сборнике: PUBLIC RELATIONS - НАУКА, ОБРАЗОВАНИЕ И ПРОФЕССИЯ Студент-преподаватель-работодатель в эпоху цифровых технологий. Материалы научно-практического семинара. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет "ЛЭТИ" им. В.И. Ульянова (Ленина). 2016. С. 77-80.
<input type="checkbox"/>	5 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ <i>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.</i> теория и практика / Воронеж, 2015.
<input type="checkbox"/>	6 ВИЗУАЛЬНАЯ РЕКЛАМА РАДИОСТАНЦИЙ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". 2015. С. 06-08.
<input type="checkbox"/>	7 РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ НА МЕСТАХ ПРОДАЖ <i>Давтян А.А.</i> В книге: Реклама и связи с общественностью <i>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.</i> теория и практика. Воронеж, 2015. С. 107-117.
<input type="checkbox"/>	8 СКАЗКА В РЕКЛАМНОМ ТВОРЧЕСТВЕ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Университетская площадь художественно-публицистический альманах. Воронеж, 2015. С. 228-232.
<input type="checkbox"/>	9 КАТЕГОРИИ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> В книге: Реклама и связи с общественностью <i>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.</i> теория и практика. Воронеж, 2015. С. 53-60.
<input type="checkbox"/>	10 ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ РЕФЛЕКСИЯ В ОТЧЕТАХ О ПРАКТИКЕ СТУДЕНТОВ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ <i>Давтян А.А., Щукина Л.С.</i> В сборнике: УМО-регион Сборник информационных и научно-методических материалов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики, Учебно-методическое объединение университетов РФ по Центральной и Центрально-Черноземной России. Воронеж, 2015. С. 71-78.

<input type="checkbox"/>	11 ДЕВИТАЛИЗАЦИЯ И ПЕРСониФИКАЦИЯ ЧАСТЕЙ ТЕЛА В КРЕАТИВНОЙ РЕКЛАМЕ <i>Давтян А.А.</i> Реклама: теория и практика. 2015. № 6. С. 358-367.
<input type="checkbox"/>	12 ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ ДЛЯ МЕДИАОТРАСЛИ <i>Тулупов В.В., Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. 2015.№ 2. С. 67-71.
<input type="checkbox"/>	13 ОТЧЕТ О ПРАКТИКЕ КАК ФОРМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕФЛЕКСИИ СТУДЕНТОВ, ИЗУЧАЮЩИХ ПРИКЛАДНЫЕ КОММУНИКАЦИИ <i>Давтян А.А., Щукина Л.С.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Проблемы высшего образования. 2015.№ 4. С. 50-53.
<input type="checkbox"/>	14 ПЕРСониФИКАЦИЯ И ДЕВИТАЛИЗАЦИЯ ЧАСТЕЙ ТЕЛА В РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ 96 <i>Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 1. С. 96-99.
<input type="checkbox"/>	15 СВОЕОБРАЗИЕ ПОРТРЕТНЫХ ИНТЕРВЬЮ ВАНТРОПОЦЕНТРИЧНОЙ РУБРИКЕ "ДИВАН" ЖУРНАЛА "PSYCHOLOGIES" <i>Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 3. С. 140-145.
<input type="checkbox"/>	16 РОЛЬ КРАСНОГО ЦВЕТА В ВИЗУАЛИЗАЦИИ ВКУСА, ЗАПАХА И ТАКТИЛЬНЫХ ОЩУЩЕНИЙ В ЖУРНАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ <i>Давтян А.А., Мейта А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2015. № 3-4 (130-131). С. 27-31.
<input type="checkbox"/>	17 О ПРАКТИКЕ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА В ОБЛАСТИ ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ <i>Давтян А.А., Щукина Л.С.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2015. № 5-6 (132-133). С. 29-31.
<input type="checkbox"/>	18 КРЕАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Давтян А.А.</i> Стратегические коммуникации в бизнесе и политике. 2015. Т. 1. № 1. С. 146 - 150.
<input type="checkbox"/>	19 ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ БАНКОВСКИХ УСЛУГ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". под редакцией В. В. Тулупова. 2014. С. 15-17.
<input type="checkbox"/>	20 ИНТЕРАКТИВНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В СИСТЕМЕ ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: УМО-регион Сборник информационных и научно-методических материалов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики, Учебно-методическое объединение университетов РФ по Центральной и Центрально-Черноземной России. Воронеж, 2014. С. 23-28.
<input type="checkbox"/>	21 ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ В РЕКЛАМИРОВАНИИ ПРОДУКЦИИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Современные маркетинговые технологии в бизнесе материалы Международной научно-практической конференции. Министерство образования и науки РФ, Воронежский государственный университет, Экономический факультет; под общей редакцией О. Н. Беленова. 2014. С. 62-66.
<input type="checkbox"/>	22 СПОСОБЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ СКАЗОЧНОЙ РЕАЛЬНОСТИ В РЕКЛАМНОЙ ПРАКТИКЕ <i>Давтян А.А.</i> Реклама: теория и практика. 2014. № 6. С. 362-370.
<input type="checkbox"/>	23 НЕСТАНДАРТНЫЕ СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДОВ: ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Давтян А.А.</i>

<input type="checkbox"/>	В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Под общей редакцией: В. В. Тулупов. 2013. С. 11-13.
24 <input type="checkbox"/>	ИЗУЧЕНИЕ АНТРОПОЛОГИЧЕСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 031300 - ЖУРНАЛИСТИКА <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: УМО-регион <i>Бибчук Е.М.</i> Сборник информационных и научно-методических материалов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики, Учебно-методическое объединение университетов РФ по Центральной и Центрально-Черноземной России. Воронеж, 2013. С. 22-28.
25 <input type="checkbox"/>	ВИЗУАЛЬНАЯ ГИПЕРБОЛИЗАЦИЯ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ СВЕРХВЫРАЖЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ <i>Давтян А.А., Свиридова Е.С.</i> В сборнике: Реклама: технологии воздействия ежегодный научный альманах. Ставропольский государственный университет. Ставрополь, 2012. С. 93-99.
26 <input type="checkbox"/>	РЕКЛАМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА <i>Беспамятнова Г.Н., Бобровников С.С., Глебов А.И., Давтян А.А., Дыкин Р.В., Кажикин А.А., Колесникова В.В., Колобов В.В., Нечаев Д.Н., Селиванова Е.С., Тулупов В.В., Цуканова М.И., Шилова М.А., Шишлянникова А.М., Щукина Л.С.</i> учебное пособие для студентов вузов / Воронеж, 2011. Сер. Коммуникации и технологии
27 <input type="checkbox"/>	МАГИСТЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ ВГУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 011300 "ЖУРНАЛИСТИКА" <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: УМО-регион Сборник информационных и научно-методических материалов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики, Учебно-методическое объединение университетов РФ по Центральной и Центрально-Черноземной России; ответственный редактор Е.М. Бибчук. Воронеж, 2011. С. 14-28.
28 <input type="checkbox"/>	"СОВРЕМЕННОЕ ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ": КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: УМО-регион Сборник информационных и научно-методических материалов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики, Учебно-методическое объединение университетов РФ по Центральной и Центрально-Черноземной России; ответственный редактор Е.М. Бибчук. Воронеж, 2011. С. 45-50.
29 <input type="checkbox"/>	ПЕРСОНИФИЦИРОВАННЫЕ ОБРАЗЫ В РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЯХ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Реклама и искусство <i>Дьякова Т.А.</i> Сборник научных трудов. Факультет журналистики ВГУ. Воронеж, 2011. С. 50-74.
30 <input type="checkbox"/>	ПОЛЯРНЫЕ ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ СЮЖЕТА В ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЕ <i>Давтян А.А., Кожевникова А.П.</i> Реклама: теория и практика. 2011. № 5. С. 306-318.
31 <input type="checkbox"/>	РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА <i>Бибчук Е.М., Беспамятнова Г.Н., Бобровников С.С., 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., Лебедева Т.В., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Осетрова О.В., Попов В.Г., Сафонова В.В., Тулупов В.В. и др.</i> учебное пособие для студентов вузов / Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. Том 3
32 <input type="checkbox"/>	РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА <i>Бибчук Е.М., Беспамятнова Г.Н., Бобровников С.С., 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., Лебедева Т.В., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Осетрова О.В., Попов В.Г., Сафонова В.В., Тулупов В.В. и др.</i> учебное пособие для студентов вузов / Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. Том 4
33	РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА

<input type="checkbox"/>	<p><i>Бибчук Е.М., Беспамятнова Г.Н., Бобровников С.С., 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., Лебедева Т.В., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Осетрова О.В., Попов В.Г., Сафонова В.В., Тулупов В.В. и др.</i></p> <p>учебное пособие для студентов вузов / Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. Том 1</p>
34	<p>РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Бибчук Е.М., Беспамятнова Г.Н., Бобровников С.С., 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., Лебедева Т.В., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Осетрова О.В., Попов В.Г., Сафонова В.В., Тулупов В.В. и др.</i></p> <p>учебное пособие для студентов вузов / Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. Том 2</p>
35	<p>КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕДИАМИМИКРИИ</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Давтян А.А.</i></p> <p>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. 104-105.</p>
36	<p>ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Давтян А.А.</i></p> <p>В книге: Реклама: история, теория, практика <i>Бибчук Е.М., Беспамятнова Г.Н., Бобровников С.С., 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., Лебедева Т.В., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Осетрова О.В., Попов В.Г., Сафонова В.В., Тулупов В.В. и др.</i> учебное пособие для студентов вузов. Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. С. 15-45.</p>
37	<p>РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ ПРОМЫШЛЕННОГО МАРКЕТИНГА</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Давтян А.А.</i></p> <p>В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Под редакцией В. В. Тулупова. 2010. С. 77-78.</p>
38	<p>КОММУНИКАЦИЯ НА МЕСТАХ ПРОДАЖ</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Давтян А.А.</i></p> <p>В книге: Реклама: история, теория, практика <i>Бибчук Е.М., Беспамятнова Г.Н., Бобровников С.С., 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., Лебедева Т.В., Маслова Е.В., Новичихина М.Е., Осетрова О.В., Попов В.Г., Сафонова В.В., Тулупов В.В. и др.</i> учебное пособие для студентов вузов. Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. С. 90-112.</p>
39	<p>МОТИВАЦИЯ РЕКЛАМНОГО ПОСЛАНИЯ И ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНЫЕ ОЖИДАНИЯ АУДИТОРИИ</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Давтян А.А.</i></p> <p>Реклама: теория и практика. 2010. № 3. С. 148-157.</p>
40	<p>ПРОГРАММА "ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И ПАБЛИК РИЛЕЙШНЗ В СМИ"</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Тулупов В.В., Давтян А.А.</i></p> <p>В сборнике: УМО-регион Сборник информационных и научно-методических материалов. Федеральное агентство по образованию, Учебно-методическое объединение университетов РФ по Центральной и Центрально-Черноземной России, Воронежский Государственный университет, Факультет журналистики; ответственный редактор Е.М. Бибчук, научный редактор В.В. Тулупов. Воронеж, 2009. С. 36-49.</p>
41	<p>СЮЖЕТОПОСТРОЕНИЕ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><i>Давтян А.А.</i></p> <p>В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию профессора Л.Е. Кройчика. 2009. С. 92-94.</p>
42	<p>"ПРАВИЛЬНЫЕ" И "НЕПРАВИЛЬНЫЕ" РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ</p>

<input type="checkbox"/>	<i>Давтян А.А.</i> Реклама: теория и практика. 2009. № 1. С. 56-66.
43 <input type="checkbox"/>	ВЛИЯНИЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЙ АНТРОПОЛОГИИ НА УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ИДЕАЛЬНЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Проблемы массовой коммуникации Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2008. С. 18-19.
44 <input type="checkbox"/>	К ВОПРОСУ О СУЩЕСТВОВАНИИ "ПРАВИЛЬНЫХ" И "НЕПРАВИЛЬНЫХ" РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2007. С. 151-152.
45 <input type="checkbox"/>	АКТУАЛИЗАЦИЯ АРХЕТИПИЧЕСКОГО СОДЕРЖАНИЯ В ПЕРСНИФИЦИРОВАННЫХ РЕКЛАМНЫХ ОБРАЗАХ <i>Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2007. № 2. С. 187-191.
46 <input type="checkbox"/>	ПЕРСОНАЖ КАК ЭЛЕМЕНТ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воронежский государственный университет. Воронеж, 2006
47 <input type="checkbox"/>	ПЕРСОНАЖ КАК ЭЛЕМЕНТ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воронеж, 2006
48 <input type="checkbox"/>	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ <i>Бибчук Е.М., Беспамятова Г.Н., Бобровников С.С., Бобряшов А.А., Гордеев Ю.А., Давтян А.А., Кажикин А.А., Кирьяшина М.А., Красова Е.Ю., Курганова Е.Б., Лебедева Т.В., Маслова Е.В., Попов В.Г., Тулупов В.В., Цалитис И.А., Цуканова М.И., Шишлянникова А.М., Щелкунова Е.С., Щукина Л.С.</i> учебник для студентов, обучающихся по специальности 030601 - "Журналистика" (специализация "Реклама и публичных отношений") / под редакцией Тулупова В. В.. Санкт-Петербург, 2006. Сер. Библиотека профессионального журналиста
49 <input type="checkbox"/>	ОТЛИЧИЕ ТЕЛЕРЕКЛАМНЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ ОТ ПЕРСОНАЖЕЙ ЖУРНАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2006. С. 137-139.
50 <input type="checkbox"/>	ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ К РЕКЛАМЕ <i>Давтян А.А.</i> Реклама: теория и практика. 2006. № 2. С. 130-146.
51 <input type="checkbox"/>	КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПЕРСОНАЖЕЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> Реклама: теория и практика. 2006. № 3. С. 204-219.
52 <input type="checkbox"/>	РЕКЛАМНАЯ МИМИКРИЯ: ШКОЛА ВЫЖИВАНИЯ <i>Давтян А.А.</i> Реклама: теория и практика. 2006. № 6. С. 422-428.
53 <input type="checkbox"/>	СТРУКТУРНЫЙ И СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ РЕКЛАМНЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ <i>Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2006. № 1. С. 107-121.
54 <input type="checkbox"/>	РЕКЛАМНАЯ МИМИКРИЯ КАК СПОСОБ ВЫЖИВАНИЯ НА ТОВАРНО-СЕРВИСНОМ И ИНФОРМАЦИОННОМ РЫНКАХ <i>Давтян А.А.</i>

	Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2006. № 2. С. 163-171.
<input type="checkbox"/> 55	КОММУНИКАТИВНЫЕ ФУНКЦИИ РЕКЛАМНОГО ПЕРСОНАЖА <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2006. № 1-2 (57-58). С. 61-66.
<input type="checkbox"/> 56	ГЕНЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ РЕКЛАМНЫХ ПЕРСОНАЖЕЙ <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2006. № 3-4 (58-59). С. 73-78.
<input type="checkbox"/> 57	ПЕРСОНАЖ РЕКЛАМНОГО СООБЩЕНИЯ (К ВОПРОСУ ОБ ОТСУТСТВИИ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО ЕДИНСТВА) <i>Давтян А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2006. № 5-6 (60-61). С. 80-84.
<input type="checkbox"/> 58	ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ФОН КОММУНИКАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПЕРСОНАЖА С ПОТРЕБИТЕЛЕМ <i>Давтян А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2006. № 7-8 (62-63). С. 73-80.
<input type="checkbox"/> 59	СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ АССОЦИАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ ВОКРУГ РЕКЛАМИРУЕМОГО ТОВАРА <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2005. С. 119-120.
<input type="checkbox"/> 60	ФИЛОГЕНЕТИЧЕСКИЕ СВЯЗИ ЖАНРОВ ПУБЛИЦИСТИКИ <i>Давтян А.А.</i> В книге: Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения Тезисы научно-практической конференции. 2005. С. 121-122.
<input type="checkbox"/> 61	ПОРТРЕТНЫЙ ОЧЕРК В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОСТИ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2005. С. 14-15.
<input type="checkbox"/> 62	ЭМОЦИИ, СВЯЗАННЫЕ С ВОСПРИЯТИЕМ РЕКЛАМЫ ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЕМ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Журналистика в 2004 году. СМИ в многополярном мире Материалы научно-практической конференции. Москва, 2005. С. 208-210.
<input type="checkbox"/> 63	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗНАНИЯ О ПОТРЕБНОСТНО-МОТИВАЦИОННОЙ СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ СОЗДАНИИ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ <i>Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2005. № 1. С. 170-177.
<input type="checkbox"/> 64	РОЛЬ ЭМОЦИИ В ПРОЦЕССЕ РЕКЛАМНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ <i>Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2005. № 2. С. 170-181.
<input type="checkbox"/> 65	РЕКЛАМА НА МЕСТАХ ПРОДАЖ КАК ПОСРЕДНИК В КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ ПОКУПАТЕЛЕМ И ТОВАРОМ <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2005. № 1-2 (52-53). С. 66-73.
<input type="checkbox"/> 66	ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В РЕКЛАМНОЙ ПРАКТИКЕ ДИАЛЕКТИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ ПРОЦЕССОВ ВНИМАНИЯ И ВОСПРИЯТИЯ <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2005. № 3-4 (54-55). С. 90-96.
<input type="checkbox"/> 67	МЕХАНИЗМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ К РЕКЛАМНОМУ СООБЩЕНИЮ <i>Давтян А.А.</i>

	Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2005. № 5-6 (55-56). С. 49-53.
<input type="checkbox"/> 68	МЕХАНИЗМЫ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2005. № 7-8 (56-57). С. 55-62.
<input type="checkbox"/> 69	РОЛЬ ПЕРСОНАЖА В СОЗДАНИИ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМИРУЕМОГО ТОВАРА <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития Москва, 2004. С. 277-279.
<input type="checkbox"/> 70	ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЮМОРА В РЕКЛАМЕ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции исследователей журналистики, рекламы и паблик рилейшенз. 2004. С. 88-89.
<input type="checkbox"/> 71	ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ В СФЕРЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Давтян А.А.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 1. С. 195-198.
<input type="checkbox"/> 72	РЕКЛАМНАЯ ИНДУСТРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2003. № 7-8 (42-43). С. 104-107.
<input type="checkbox"/> 73	ЗНАЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКИХ И ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ В ПОДГОТОВКЕ РЕКЛАМИСТОВ В РАМКАХ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ "КОПИРАЙТИНГ" <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникации в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики . 2002. С. 197-200.
<input type="checkbox"/> 74	ВУЗ И ОТРАСЛЬ - БУДУЩЕЕ РЕКЛАМНОГО ОБРАЗОВАНИЯ <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2002. № 5-6 (32-33). С. 88-89.
<input type="checkbox"/> 75	РЕКЛАМА: МЕЖДУ ТВОРЧЕСТВОМ И РЕМЕСЛОМ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий Материалы научно-практической конференции "Коммуникации в современном мире". 2001. С. 121-123.
<input type="checkbox"/> 76	ОСОБЕННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий Материалы научно-практической конференции "Коммуникации в современном мире". 2001. С. 123-129.
<input type="checkbox"/> 77	ВЛИЯНИЕ СТРЕССА НА ЛИЧНОСТЬ ЖУРНАЛИСТА <i>Давтян А.А.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийских научно-практических конференций студентов и аспирантов "Журналистика, реклама, связи с общественностью: новые подходы", преподавателей и исследователей журналистики "Проблемы региональной журналистики". Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2001. С. 30-32.
<input type="checkbox"/> 78	МИФ О ПОРАБОЩАЮЩЕЙ СИЛЕ РЕКЛАМЫ <i>Давтян А.А.</i> В книге: Журналистика в 2000 году: реалии и прогнозы развития Тезисы научно-практической конференции. 2001. С. 33-34.
<input type="checkbox"/> 79	РЕКЛАМА - КОНДЕНСАТОР МИФОТВОРЧЕСТВА <i>Давтян А.А.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2001. № 3-4 (24-25). С. 79-83.
<input type="checkbox"/> 80	РЕКЛАМА, В КОТОРУЮ ИГРАЮТ РЕКЛАМИСТЫ, РЕКЛАМОДАТЕЛИ И ПОТРЕБИТЕЛИ <i>Давтян А.А.</i>

	В книге: Журналистика конца XX века Материалы научно-практической конференции студентов и аспирантов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2000. С. 149-151.
81 <input type="checkbox"/>	АГЕНТСТВО НОВОСТЕЙ "КАРАТ" - НОВИНКА НА РЫНКЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ <i>Давтян А.А.</i> В книге: Журналистика конца XX века Материалы научно-практической конференции студентов и аспирантов. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2000. С. 79-80.