

<p>1 ПРОВОКАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ PR-КОММУНИКАЦИИ</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет. 2017. С. 32-33.</p>
<p>2 ЭВОЛЮЦИЯ РОССИЙСКОГО ПРАНКА : ОТ ХУЛИГАНСТВА ДО ИНСТРУМЕНТА ПОЛИТИЧЕСКОЙ БОРЬБЫ</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". 2016. С. 17-18.</p>
<p>3 ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ PR И ВОЗНИКНОВЕНИЕ КОНСТРУКТИВИСТСКОГО ПОДХОДА К СОЦИАЛЬНЫМ ПРОБЛЕМАМ</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2016. № 3-4 (138-139). С. 40-43.</p>
<p>4 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Тулупов В.В., Беспмятнова 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.</p>
<p>5 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Кажикин А.А., Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Реклама и связи с общественностью <i>Тулупов В.В., Беспмятнова 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. 150-159.</p>
<p>6 РЕКЛАМА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Беспмятнова 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</p>
<p>7 РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Бибчук Е.М., Беспмятнова 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</p>
<p>8 РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Бибчук Е.М., Беспмятнова 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</p>
<p>9 РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Бибчук Е.М., Беспмятнова 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 1</p>
<p>10 РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА</p>

<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> учебное пособие для студентов вузов / Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. Том 2</p>
11	<p>СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В., Кажикин А.А.</i> 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. 113-137.</p>
12	<p>СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:</p> <p><input type="checkbox"/> ДИНАМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Дыкин Р.В.</i> диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воронежский государственный университет. Воронеж, 2009</p>
13	<p>СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ:</p> <p><input type="checkbox"/> ДИНАМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Дыкин Р.В.</i> автореферат дис. ... кандидата филологических наук / Воронеж. гос. ун-т. Воронеж, 2009</p>
14	<p>СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> Воронеж, 2009.</p>
15	<p>"МЯГКИЙ" И " ЖЕСТКИЙ" ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию профессора Л.Е. Кройчика. 2009. С. 124-127.</p>
16	<p>СОХРАНЕНИЕ ЯЗЫКОВОЙ КУЛЬТУРЫ НАЦИИ КАК ОДНА ИЗ АКТУАЛЬНЫХ ТЕМ РОССИЙСКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Язык и национальное сознание Межвузовский научный сборник. 2009. С. 128-130.</p>
17	<p>ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ: НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ</p> <p><input type="checkbox"/> ПРОБЛЕМЫ <i>Дыкин Р.В.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2009. № 1. С. 141-149.</p>
18	<p>СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ SOCIAL BRENDING</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Проблемы массовой коммуникации Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2008. С. 108-110.</p>
19	<p>КОММУНИКАТОР В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ)</p> <p><input type="checkbox"/> <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Текст - дискурс - картина мира межвузовский сборник научных трудов. Труды теоретико-лингвистической школы в области общего и русского языкознания, Воронежский государственный университет, Кафедра общего языкознания и стилистики, Центр коммуникативных исследований. Воронеж, 2008. С. 182-185.</p>
20	<p>ОБРАЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ В РЕКЛАМНОМ ОБРАЩЕНИИ</p>

<input type="checkbox"/>	<p><i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Проблемы массовой коммуникации Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2008. С. 50-52.</p>
<input type="checkbox"/>	<p>21 МЕТАМОРФОЗЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В РОССИИ: ОТ ПУБЛИЦИСТИЧНОСТИ К ПАБЛИЦИТНОСТИ <i>Дыкин Р.В.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2008. № 2. С. 177-185.</p>
<input type="checkbox"/>	<p>22 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПОЛЕ <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2007. С. 153-154.</p>
<input type="checkbox"/>	<p>23 ПОЗИТИВ И ШОКОВАЯ ТЕРАПИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ: ОПЫТ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ РЕКЛАМИСТОВ <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Культура общения и ее формирование продолжающееся научное издание. Воронежский государственный университет, Центр коммуникативных исследований ВГУ, Воронежский институт повышения квалификации и переподготовки работников образования, Воронежская риторическая ассоциация, Воронежская психолингвистическая ассоциация. Воронеж, 2007. С. 183-184.</p>
<input type="checkbox"/>	<p>24 ПРОБЛЕМАТИКА ТЕКСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ И ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Текст-дискурс-картина мира межвузовский научный сборник. Воронеж, 2007. С. 192-194.</p>
<input type="checkbox"/>	<p>25 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННАЯ РЕКЛАМА: ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПОНЯТИЙ <i>Дыкин Р.В.</i> Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2007. № 9. С. 147-150.</p>
<input type="checkbox"/>	<p>26 МАССОВАЯ КУЛЬТУРА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ГЛОБАЛЬНЫЕ МЕДИЙНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ОБЩЕСТВЕ ПОСТМОДЕРНА <i>Дыкин Р.В.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов "Журналистика, реклама и связи с общественностью: новые подходы". Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2005. С. 68-69.</p>
<input type="checkbox"/>	<p>27 РЕПУТАЦИЯ КАК НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ <i>Дыкин Р.В.</i> В книге: Актуальные проблемы экономики России: поиск путей решения тезисы докладов VIII Всероссийской научной студенческой конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Воронежский государственный университет, Экономический факультет. 2004. С. 53.</p>