

1	СТУДЕНТ - ВУЗ - РАБОТОДАТЕЛЬ: ПРЕДПОСЫЛКИ ЭФФЕКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ☐ <i>Светачева Е.С., Щукина Л.С.</i> В сборнике: КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Под общей редакцией В.В. Тулупова. 2017. С. 168-170.
2	КОРПОРАТИВНЫЙ БЛОГ КОММУНИКАЦИОННОГО АГЕНТСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ☐ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет. 2017. С. 92-93.
3	СТУДЕНЧЕСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ FROG: ОПЫТ БЕЗБЮДЖЕТНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ☐ <i>Сулима Г.А., Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2016. С. 105-106.
4	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.
5	ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА ☐ <i>Щукина Л.С.</i> В книге: 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. 61-92.
6	МОЛОДЕЖНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ РЕКЛАМЫ FROG КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ БАКАЛАВРОВ И МАГИСТРОВ В ОБЛАСТИ ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ☐ <i>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. 64-70.
7	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.
8	РОЛЬ ОТРАСЛЕВЫХ КОНКУРСОВ И ФЕСТИВАЛЕЙ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ "РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ" ☐ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". 2015. С. 72-73.
9	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.
10	МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ОБУЧАЮЩЕГО КОНТЕНТА В СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА ☐ <i>Щукина Л.С.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2015. № 3. С. 178-180.

11 ☐	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.
12 ☐	LIMITED EDITION КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА И АКТУАЛИЗАЦИИ БРЕНДА НА ЗРЕЛОМ РЫНКЕ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". под редакцией В. В. Тулупова. 2014. С. 98-99.
13 ☐	КОБРЕНДИНГОВЫЕ ПРОЕКТЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ МЕДИАРИЛЕЙШНЗ В СФЕРЕ МОДЫ <i>Щукина Л.С.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2014. № 4. С. 143-145.
14 ☐	РЕКЛАМНЫЙ КРЕАТИВ: ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ <i>Щукина Л.С.</i> Воронеж, 2013.
15 ☐	ПРИНЦИПЫ УСПЕШНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Под общей редакцией: В. В. Тулупов. 2013. С. 88-89.
16 ☐	ОБУЧЕНИЕ КЛИЕНТА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". 2012. С. 41-42.
17 ☐	ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ ЖУРНАЛЬНОГО ОБЪЯВЛЕНИЯ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Современные проблемы маркетинговых коммуникаций Сборник статей научно-практической конференции. Под общей редакцией: О.Н. Беленова; Ответственный редактор: О.А. Самагина. 2012. С. 71-72.
18 ☐	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
19 ☐	ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". под редакцией В. В. Тулупова. 2011. С. 120-121.
20 ☐	РЕКЛАМНОЕ ТВОРЧЕСТВО: МЕЖДУ ХУДОЖЕСТВЕННЫМ И ИНЖЕНЕРНЫМ ПОДХОДОМ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Реклама и искусство <i>Дьякова Т.А.</i> Сборник научных трудов. Факультет журналистики ВГУ. Воронеж, 2011. С. 33-49.
21 ☐	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
22 ☐	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</i>

	<i>В.В. и др.</i> учебное пособие для студентов вузов / Факультет журналистики ВГУ; под редакцией В. В. Тулупова. Воронеж, 2010. Том 4
23 ☐	РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА <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
24 ☐	РЕКЛАМА: ИСТОРИЯ, ТЕОРИЯ, ПРАКТИКА <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 2
25 ☐	РЕКЛАМА КАК ВИД ТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Щукина Л.С.</i> В книге: Реклама: история, теория, практика <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. С. 3-57.
26 ☐	ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Под редакцией В. В. Тулупова. 2010. С. 97-99.
27 ☐	ТВОРЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ЛЕКЦИЯ ТРЕТЬЯ <i>Щукина Л.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2010. № 1-2 (88-89). С. 63-72.
28 ☐	ТЕМА ЭТИЧНОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 75-летию профессора Л.Е. Кройчика. 2009. С. 117-119.
29 ☐	ТВОРЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Щукина Л.С.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2009. № 7-8 (86-87). С. 70-77.
30 ☐	МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ "БЫСТРОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ" <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Проблемы массовой коммуникации Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2008. С. 77-80.
31 ☐	МЕТОДЫ ПРОДУКТИВНОГО МЫШЛЕНИЯ В РЕКЛАМНОМ ТВОРЧЕСТВЕ <i>Щукина Л.С.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2008. № 5-6 (76-77). С. 66-73.
32 ☐	ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА РАБОТОДАТЕЛЯ КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2007. С. 181-183.
33 ☐	НОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ: В ПОИСКАХ ВПЕЧАТЛЕНИЙ <i>Щукина Л.С.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2007. № 3-4 (66-67). С. 93-97.
34	ВЫБОР АКТУАЛЬНОЙ ТЕМЫ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ

☐	КОММУНИКАЦИИ <i>Щукина Л.</i> Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2007. № 7-8 (70-71). С. 69-71.
35 ☐	ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ <i>Бибчук Е.М., Беспмятнова 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
36 ☐	ТИПОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ МИМИКРИИ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2006. С. 171-172.
37 ☐	КОММУНИКАЦИОННЫЙ БРИФ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ЭФФЕКТИВНОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникация в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции "Проблемы массовой коммуникации". Воронежский государственный университет, Факультет журналистики. 2005. С. 126-127.
38 ☐	ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ РЕЧЕВЫХ СООБЩЕНИЙ В СИСТЕМЕ РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ <i>Щукина Л.С.</i> автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воронежский государственный университет. Воронеж, 2004
39 ☐	ПОЛИФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ РЕЧЕВЫХ СООБЩЕНИЙ В СИСТЕМЕ РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ <i>Щукина Л.С.</i> диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Воронеж, 2004
40 ☐	СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЕКЛАМЫ: СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ <i>Щукина Л.С.</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. 2004. С. 135-137.
41 ☐	РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ: ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Журналистика в 2003 году: обретения и потери, стратегии развития Москва, 2004. С. 139-140.
42 ☐	ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМНОГО И СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ПОДХОДОВ В ИССЛЕДОВАНИИ РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ <i>Щукина Л.С.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 1. С. 179-185.
43 ☐	ДИАЛОГИЧНОСТЬ КАК ГЛАВНАЯ ПРЕДПОСЫЛКА ЭФФЕКТИВНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ <i>Щукина Л.С.</i> Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2004. № 2. С. 158-161.
44 ☐	СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ: БАЗОВЫЕ ПОНЯТИЯ <i>Тулупов В.В., Щелкунова Е.С., Щукина Л.С., Попов В.Г., Курганова Е.Б., Новосельцев В.И., Полевой Ю.Л., Цалитис И.А., Сапелкин Н.С., Нечаев Д.Н., Колобов В.В., Полякова О.Ю.</i> Учебное пособие / Под редакцией В. В. Тулупова, Ю. Л. Полевого. Воронеж, 2003. Сер. Системы и коммуникации: научная серия
45	ПРОБЛЕМА ФАКТОИДОВ В СОВРЕМЕННОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЕ <i>Щукина Л.С.</i>

☐	В книге: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2003. С. 146-148.
46 ☐	ПРОБЛЕМЫ АРГУМЕНТАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Проблемы массовой коммуникации на рубеже тысячелетий материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, факультет журналистики. 2003. С. 192-194.
47 ☐	ПОНЯТИЕ СЛОГАНА В РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ТЕОРИИ РЕКЛАМЫ <i>Щукина Л.С.</i> В сборнике: Коммуникации в современном мире Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Воронежский государственный университет, Факультет журналистики . 2002. С. 191-192.
48 ☐	ФАСЦИНАТИВНЫЕ ПРИЕМЫ В РЕКЛАМНОМ СЛОГАНЕ <i>Щукина Л.С.</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. 177-178.