

СПИСОК

опубликованных научных работ (за 2012-2015 гг.)

Щепиловой Галины Германовны

доктора филологических наук, профессора кафедры теории и экономики

СМИ факультета журналистики ФГОУ ВПО «Московский

государственный университет имени М.В. Ломоносова»

№	Наименование работы, ее вид	Форма работы	Выходные данные	Объем в стр.	Соавторы
1	2	3	4	5	6
Статьи в журналах					
1.	Проблемные зоны Интернет и базовые подходы к его изучению	печатная	Вопросы теории и практики журналистики (Байкальский государственный университет экономики и права). 2014. № 5 (9). С. 26–31.	5	
2.	Потребность аудитории в интернет и традиционных СМИ	печатная	Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2014. № 5. – С.45–54.	10	
3.	Взаимодействие СМИ и властных структур в российских регионах	печатная	Медиаскоп (электронный журнал). 2014. № 4. С. 1–8.	18	Бурьянова М. В.
4.	Модели эффективности рекламы и ее воздействие на потребителя	печатная	Меди@льманах. – 2013. № 3. – С.5–14.	10	Щепилов К. В.
6.	Теория многоступенчатого потока информации: новое прочтение	печатная	Меди@льманах. 2013. № 5. С. 8–13.	13	
7.	Поведение пользователей Facebook: исследовательский проект	печатная	Медиаскоп (электронный журнал). 2012. № 8.	0,8 п.л.	
Статьи в сборниках					
8.	Аудитория в условиях развития Интернета	печатная	Ежегодник-2013. Экономика и менеджмент СМИ. – М. : МедиаМир, 2014. – С.22–33.	12	

1	2	3	4	5	6
9.	Региональная концепция федеральных газет	печатная	Журналистика в 2013 году: Регионы в российском медиапространстве: сб. материалов международной научно-практической конференции. 2014. С.29–30.	2	
10.	Кадры для медиапредприятий	печатная	Актуальные проблемы медиаисследований-2014. Тезисы III научно-практической конференции НАММИ. М., 2014. С.153–155.	2	
11.	Активность пользователей в Facebook и отношение к рекламе	печатная	Ежегодник-2012. Экономика и менеджмент СМИ. – М. : МедиаМир, 2013. – С. 58–74.	17	
12.	К вопросу об изучении Интернета: проблемные зоны	печатная	Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте. Сер. ISBN 978-5-8465-1244-3. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2013. – С.141–147.	7	
13.	Коммуникационная активность пользователей в Facebook	печатная	Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения. Материалы 52-й международной научно-практической конференции 17019 апреля 2013 г. – СПб., 2013. – С.225–228.	4	
14.	Функциональные роли современной рекламы в рамках междисциплинарного подхода	печатная	Философия и социальная теория. Сборник научных трудов. Серия Выпуск 7. – М. : Центр стратегической конъюнктуры, 2013. – С.162–174.	13	

1	2	3	4	5	6
15.	К вопросу о прозрачности данных об аудитории в политике рекламных продаж	печатная	Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: материалы 51-й международной научно-практ. конф. (19–20 апреля 2012 г.). – СПб. : Изд-во филол. ф-та СПбГУ.		
16.	Реклама в СМИ: рыночные угрозы	печатная	Экономика и менеджмент СМИ. Ежегодник 2011. – М. : МедиаМир, 2012. – С. 68–80.		
17.	Реклама как часть контента печатных СМИ. Коммуникационные технологии и общественные трансформации	печатная	Новые коммуникационные технологии и общественные трансформации. Мат-лы II Междунар. симпозиума по коммуникациям. – Бишкек: КТМУ, 2012.		
18.	Молодая аудитория большого города предпочитает интернет (тезисы)	печатная	Коммуникационная инфраструктура современного города. Тезисы конференции НАМИИ. – М., 2012. – С.84–87.	4	

Книги и монографии

19.	Реклама	печатная	Учебник для академического бакалавриата . – 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Юрайт, 2015.	519	Щепилов К. В.
20.	Основы медиабизнеса	печатная	Учебник для студентов вузов. – М.: АспектПресс, 2014.	400	Вартанова Е. Л., Вырковский А.В., Иваницкий В. Л., Макеев М. И., Назайкин А. Н., Полуэхтова И.А., Смирнов С. С., Щепилова Г. Г.
21.	Реклама: теория и практика	Электронное издание	М.: Юрайт, 2013. ISBN 978-5-9916-33797-8	24 п.л.	Щепилов К. В.
22.	Реклама в СМИ. Теории и модели: монографии	печатная	М. : МедиаМир, 2013. ISBN 978-5-91177-065-5	192	

23.	Энциклопедия мировой индустрии СМИ	печатная	Учебное пособие для студентов вузов / под ред. Е. Л. Вартановой. – М. АспектПресс, 2013. ISBN 978-5-7567-0683-3	464	Блинова М. В., Вартанова Е. Л. и др.
24.	Основы рекламы	печатная	Учебник для бакалавров. – М.: Юрайт, 2012.	521	Щепилов К. В.

Доктор филологических наук,
профессор кафедры теории
и экономики СМИ факультета
журналистики ФГОУ ВПО
«Московский государственный
университет имени М.В. Ломоносова»



Г.Г. Щепилова