

المصادر والمراجع

الكتب العربية:

١. أبو طعيمة، حسام فتحي، (٢٠٠٨) : الإعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، دار الفاروق، عمان.
٢. أبو اليزيد شمس، شعبان (2009) : الإعلان الإذاعي والتلفزيوني، ط1، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع.
٣. إمام علي، سلوى والحديدي، منى (2005) : الإعلان - أسسه.. وسائله.. فنونه، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
٤. الجمال، راسم، (١٩٩٩) : مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية ، القاهرة مركز جامعة القاهرة للدراسات المفتوحة.
٥. حسن، ليلي حسين، (٢٠١١) : الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
٦. حسين، سمير، (١٩٧٦) : بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار علم الكتب، القاهرة.
٧. حميدي وعثمان، محمود وردينة، (٢٠١١) : سلوك المستهلك، دار المناهج، عمان.
٨. شفيق، حسنين، (٢٠١٤) : نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن.
٩. الصادق، د.رانيا ممدوح، (٢٠٠٨) : تصميم الاعلان التلفزيوني ، دار أيلة للنشر والتوزيع، عمان، ط١.
١٠. الصادق، رانيا (2012) : الإعلان التلفزيوني " التصميم والإنتاج " ، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
١١. غنيم، د.أحمد محمد، (٢٠٠٧) : الإعلان ، المكتبة العصرية ، مصر.
١٢. فهد، خليل، (٢٠١٠) : التسويق الناجح والمباحثات العلمية، موسوعة رجل الأعمال الناجح ، دار الراتب، بيروت لبنان.