Reklaam kui masskommunikatsiooni eri vorm ja sellest tulenevad põhinõuded reklaamitööle
Saimre, Teo Uut Kaubanduses : informatsiooniseeria 11 1974 / lk. 34-39 : ill https://www.ester.ee/record=b1234646*est

Reklaami efektiivsus ja selle määramise probleem
Saimre, Teo; Rets, J. Uut Kaubanduses : informatsiooniseeria 11 1974 / lk. 35-38 https://www.ester.ee/record=b1234646*est