

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.
КАРАЗІНА**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

**КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
З ДИСЦИПЛІНИ**

«Міждисциплінарна курсова робота №2»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти

галузь знань 06 Журналістика
(шифр і назва)

Спеціальність 061 Журналістика
(шифр і назва)

освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю
(шифр і назва)

спеціалізація _____
(шифр і назва)

вид дисципліни обов'язкова
(обов'язкова / за вибором)

факультет соціологічний

УКЛАДАЧ: к. соціол. наук, доц. Байдак Т.М.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
В.Н. КАРАЗІНА**

Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Декан соціологічного факультету
Олена МУРАДЯН

« ___ » _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Міждисциплінарна курсова робота №2»

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський) рівень вищої освіти _____
галузь знань _____ 06 Журналістика _____
(шифр і назва)
Спеціальність _____ 061 Журналістика _____
(шифр і назва)
освітня програма _____ Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю _____
(шифр і назва)
спеціалізація _____
(шифр і назва)
вид дисципліни _____ обов'язкова _____
(обов'язкова / за вибором)
факультет _____ соціологічний _____

2023 / 2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою соціологічного факультету ХНУ імені В.Н. Каразіна

«28» червня 2023 року, протокол № 6

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ:

Байдак Тетяна Михайлівна, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету

Протокол від «28» червня 2023 року № 15

Завідувачка кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій _____

(підпис)

Ірина СОЛДАТЕНКО

(прізвище та ініціали)

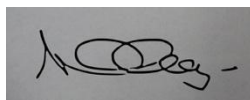


Програму погоджено науково-методичною комісією соціологічного факультету

назва факультету, для здобувачів вищої освіти якого викладається навчальна дисципліна

Протокол від «26» червня 2023 року № 9

Голова науково-методична комісія соціологічного факультету



(підпис)

(Юлія СОРОКА)

(ім'я та прізвище)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «**Міждисциплінарна курсова робота №2**» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності – 061 Журналістика

освітньої програми – Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Мета викладання навчальної дисципліни.

Метою «Міждисциплінарної курсової роботи №2» є формування вмінь одночасно застосовувати отримані знання, перш за все, з означених дисциплін для вирішення конкретних практичних завдань у сфері медіакомунікацій і зв'язків з громадськістю, бачити зв'язок між цими знаннями.

Також метою курсової роботи є підготовка студента до практичної діяльності та написання кваліфікаційної роботи, що вимагає поглиблену фундаментальну та професійну підготовку, в тому числі: роботу з науковою літературою з використанням нових інформаційних технологій, вибір оптимальних для дослідження методів соціальних наук; обробку та аналіз отриманих результатів наукових досліджень на сучасному рівні. «Міждисциплінарної курсової роботи №2» створює міждисциплінарні теоретичні та методологічні передумови майбутнього різнобічного вивчення теорії та практики зв'язків з громадськістю та журналістики як складової комунікацій та її комунікативного осмислення.

1.2. Основні завдання вивчення навчальної дисципліни.

Головним завданням «Міждисциплінарної курсової роботи №2» є:

- систематизація, закріплення теоретичних і практичних знань з дисциплін «Методи досліджень медіакомунікацій», «Іміджологія», «Основи теорії комунікації», «Основи журналістики», «Історія та теорія медіа», «Теорія та практика зв'язків з громадськістю», «Маркетинг», «Критичне мислення», «Практикум зі створення тексту», «Основи реклами», «Основи інтернет-маркетингу», «Соціологія», «Іміджологія»;

- застосування отриманих у процесі навчання на попередніх курсах знань з дисциплін «Методи досліджень медіакомунікацій», «Іміджологія», «Основи теорії комунікації», «Основи журналістики», «Історія та теорія медіа», «Теорія та практика зв'язків з громадськістю», «Маркетинг», «Критичне мислення», «Практикум зі створення тексту», «Основи реклами», «Основи інтернет-маркетингу», «Соціологія», «Іміджологія»;

- формування, закріплення та вдосконалення навичок самостійного виконання прикладних досліджень і вирішення професійних завдань;

- накопичення досвіду роботи з науковими джерелами та фактичним матеріалом, оволодіння методологією дослідження, узагальнення та логічного викладу питань, що розробляються в курсовій роботі;

- набути навичок представлення презентації результатів дослідження, у ході публічної дискусії, вчитися захищати свої науково-практичні ідеї, пропозиції та рекомендації.

1.3. Кількість кредитів – **0**

1.4. Загальна кількість годин –**90**

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
<u>Обов'язкова</u>	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	

3-й	3-й
Семестр	
3-й	3-й
Лекції	
0 год.	0 год.
Практичні, семінарські заняття	
0 год.	0 год.
Лабораторні заняття	
0 год.	0 год.
Самостійна робота	
0 год.	0 год.
Індивідуальні завдання (курсова робота)	
90 год.	90 год.

1.6. Заплановані **результати** навчання.

У курсовій роботі студенти показують:

- обґрунтування актуальності та значущості теми курсової роботи в теорії та практиці технологій інтегрованих комунікацій;
- теоретичне дослідження стану заданої проблеми, розкриття сутності комунікативних категорій, явищ;
- оволодіння сучасною методикою вирішення практичних комунікативних завдань чи питань, поставлених у курсовій роботі;
- обґрунтування практичної значущості та спрямованості рекомендації та пропозицій, розроблених студентом;
- узагальнення отриманих у результаті проведених досліджень матеріалів та формулювання висновків.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми, здобувачі мають набути компетентності та демонструвати результати навчання, що описані нижче.

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти, які забезпечуються цією міждисциплінарною курсовою роботою:

Інтегральна компетентність:

- здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері журналістики, медіа та зв'язків з громадськістю, що передбачає використання методів дослідження комунікаційних процесів та інтерпретацію отриманих даних, які пояснюють реальний стан соціальної комунікації в сучасному інформаційному суспільстві за допомогою медіа.
- здатність до аналізу власної професійної діяльності, до професійної самоосвіти, особистісного зростання, формування освітнього вектору.

Загальні компетентності:

ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.

ЗК02. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

Фахові компетентності:

СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК06. Здатність до провадження безпечної медіадіяльності.

Програмні результати навчання:

ПР01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

ПР02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.

ПР03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.

ПР04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.

ПР05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.

ПР11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою.

ПР12. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, іноземною мовою.

ПР13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціально-комунікативних наук.

ПР14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.

В ході її підготовки студенти використовують різні джерела інформації, якими можуть бути:

- навчальна література з теорії та практики зв'язків з громадськістю та теорії та практики медіакомунікації – підручники, навчальні посібники, монографії, методичні розробки;
- наукові дослідження в галузі зв'язків з громадськістю та медіакомунікації;
- довідкова література (словники), що містить тлумачення основних термінів та понять;
- електронні засоби інформації – ресурси Інтернету, сайти, YouTube, месенджер – канали, які містять інформацію за темою курсової роботи.

2. Тематичний план навчальної дисципліни.

3. Структура навчальної дисципліни.

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Курсова робота	90				90		90				90	
Усього годин	90				90		90				90	

4. Теми семінарських (практичних, лабораторних) занять

5. Завдання для самостійної роботи.

Підготовка та презентація міждисциплінарної курсової роботи з актуальних тем теорії та практики сучасної журналістики, зв'язків з громадськістю, основ соціології та соціології

масової комунікації з використанням знань з дисциплін Історії та теорії медіа, Основ теорії комунікації, Основ медіаграмотності.

6. Індивідуальні завдання.

Міждисциплінарна курсова робота №2 з актуальних тем теорії та практики сучасної журналістики, зв'язків з громадськістю, соціології та соціології масової комунікації з використанням знань дисциплін

- Методи досліджень медіакомунікацій;
- Основи теорії комунікації;
- Основи журналістики
- Історія та теорія медіа;
- Теорія та практика зв'язків з громадськістю;
- Маркетинг;
- Критичне мислення;
- Практикум зі створення тексту;
- Соціологія.
- Іміджологія,
- Основи реклами,
- Основи інтернет-маркетингу;.

Рекомендована тематика міждисциплінарних курсових робіт.

Міждисциплінарна курсова робота виконуються за завданнями, складеними з урахуванням знань, умінь та навичок, отриманих студентами в результаті освоєння соціальних та комунікативних дисциплін. Тематика курсової роботи відповідає завданням навчальних дисциплін, є актуальною, змушує студентів вирішувати ряд взаємозв'язаних між собою питань з детальною розробкою одного або декількох з них на основі міждисциплінарного рішення задачі. Студент також має право запропонувати свою тему курсової роботи, що задовольняє вимогам навчальної дисципліни «Курсова робота 2».

Приклад тем курсової роботи

1. Громадські організації як агенти соціалізації дітей-біженців. Досвід Польщі
2. Організаційна культура в формуванні репутації компанії. Кейс 1+1 media
3. «Креативна стратегія в онлайн рекламі та її вплив на ефективність рекламних кампаній в інтернеті»
4. Антикризові репутаційні стратегії комерційних організацій в епоху цифрових технологій
5. Комунікативні технології щодо підвищення мотивації особистого розвитку студента в умовах війни.
6. Сучасна кіноіндустрія: комунікативні технології компанії Netflix
7. Сучасні технології просування на ринку світових брендів
8. Вплив сучасних медіа-технологій на ефективність рекламних кампаній і PR-стратегій
9. Сучасний український танець як феномен медіакультури
10. Інтегровані маркетингові комунікації у просуванні туристичних послуг під час війни
11. Вплив соціальних мереж на громадську думку та суспільні настрої: актуальні тенденції

12. Мобільні технології у створенні журналістського контенту
13. Соціальна відповідальність українського бізнесу під час війни: практики використання комунікативних інструментів
14. Адаптація вимушених мігрантів з України у Канаді
15. Мова ворожнечі при репрезентації меншин в українських медіа
16. Маніпуляції в засобах масової інформації: сутність і протидія
17. Теорія і методологія дослідження маніпуляцій у засобах масової інформації
18. Інтернет-журналістика та її роль у системі комунікації
19. Теоретичні основи дослідження стану та проблем розвитку спортивної журналістики під час російсько-української війни
20. Теоретичні основи вивчення мультфільмів як інструментів впливу на масову свідомість
21. Теоретичні засади вивчення портретної фотографії як засобу візуальної комунікації
22. Особливості реклами в соціальних мережах (на прикладі Instagram)
23. Документальний кінематограф і його комунікативні функції
24. Соціальні медіа: особливості та роль в політичній комунікації
25. Специфіка продакт-плейсменту як сучасного засобу рекламної комунікації
26. Теоретичні засади вивчення практики скасування як суспільного спротиву нетолерантній поведінці публічних осіб
27. Соціальні мережі як система соціальних комунікацій
28. Комунікаційна стратегія комерційних компаній
29. Гендерні аспекти соціальної комунікації
30. Візуальна комунікація в інтернеті
31. Блог як інструмент інтернет-комунікації
32. Інтернет-рекламні комунікації

7. Методи контролю.

Готова курсова робота передається на кафедру прикладної соціології та соціальних комунікацій. Захист курсової роботи проводиться на засіданні комісії, склад якої затверджується на засіданні кафедри. До складу комісії входить керівник(и) курсової роботи.

Захист курсової роботи може поводитись як в офлайн, так і в онлайн, так і в асинхронному форматі. Захист може бути або у вигляді виступу студента та студентки з презентацією перед членами комісії або надання запису такого виступу заздалегідь (за вибором). Комісія бере до уваги рекомендовану оцінку керівника/керівників та має права на її корегування з урахуванням виступу. Оцінка курсової роботи здійснюється за чотирирівневою шкалою оцінювання.

8. Схема нарахування балів

8.1 Схема нарахування балів для денного відділення

Зміст роботи та її оформлення	Максимальна кількість балів 60.
Зміст кваліфікаційної роботи:	Оцінює керівник роботи.
1) актуальність обраної теми дослідження;	

<p>2) обґрунтування теоретичної бази дослідження, використання наукових концепцій (з теорії комунікації, соціології, теорії зв'язків з громадськістю тощо) для аналізу досліджуваної проблеми;</p> <p>3) відповідність логічної побудови роботи поставленій меті та завданням;</p> <p>4) уміння концептуально поєднувати розділи курсової роботи;</p> <p>5) рівень обґрунтування запропонованих рішень.</p> <p>Оформлення кваліфікаційної роботи:</p> <p>1) відповідність оформлення роботи стандартам ДСТУ 3008-2015 «Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання» та ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»;</p> <p>2) акуратність виконання роботи.</p>	<p>Кількість балів виставляється керівником на титульному аркуші та ставиться підпис</p> <p>Дублюється оцінкою у Google Classroom у відповідному завданні</p>
<p>Написання тез на конференцію за матеріалами курсової роботи</p> <p>1) відповідність вимогам вказаним в Інформаційному листі конференції;</p> <p>2) акуратність виконання роботи.</p>	<p>Макимум 20 балів, оцінюється керівником.</p> <p>У кінці тез керівник ставить кількість балів та свій підпис</p> <p>Після автора тез та їх назви обов'язково вказується керівник</p>
<p>Презентація для виступу</p> <p>1) володіння культурою презентації;</p> <p>2) наявність і рівень візуалізації контенту кваліфікаційної роботи;</p>	<p>Макимум 10 балів</p> <p>Оцінюється членами комісії, виставляється у Google Classroom у відповідному завданні</p>
<p>Виступ, відповіді на питання</p> <p>1) аргументованість і точність відповідей на запитання і критичні зауваження;</p>	<p>Макимум 10 балів</p> <p>Оцінюється членами комісії, виставляється у Google Classroom у відповідному завданні</p>

2) здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди;	
3) загальний рівень підготовки студента/ студентки	
всього	Максимум 100 балів

8.2 Схема нарахування балів для студентів заочному відділенню

<p>Зміст роботи та її оформлення</p> <p>Зміст кваліфікаційної роботи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) актуальність обраної теми дослідження; 2) обґрунтування теоретичної бази дослідження, використання наукових концепцій (з теорії комунікації, соціології, теорії зав'язків з громадськістю тощо) для аналізу досліджуваної проблеми; 3) відповідність логічної побудови роботи поставленій меті та завданням; 4) уміння концептуально поєднувати розділи курсової роботи; 5) рівень обґрунтування запропонованих рішень <p>Оформлення кваліфікаційної роботи:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3) відповідність оформлення роботи стандартам ДСТУ 3008-2015 «Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання» та ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання»; <p>акуратність виконання роботи.</p>	<p>Максимум 60 балів</p> <p>Оцінює керівник роботи.</p> <p>Кількість балів виставляється керівником на титульному аркуші та ставиться підпис</p> <p>Дублюється оцінкою у Google Classroom у відповідному завданні</p>
<p>Презентація для захисту курсової роботи</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) володіння культурою презентації; 2) наявність і рівень візуалізації контенту кваліфікаційної роботи; 	<p>Максимум 20 балів</p> <p>Оцінюється членами комісії, виставляється у Google Classroom у відповідному завданні</p>

Відеозапис захисту курсової роботи з демонстрацією презентації	Максимум 20 балів. Оцінюється членами комісії, виставляється у Google Classroom у відповідному завданні
Всього	Максимум 100 балів.

Критерії оцінювання індивідуального завдання - курсової роботи

Кількість балів	Критерії оцінювання
1	2
<p>Високий рівень</p> <p>90 – 100 балів</p> <p>Відмінно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зміст роботи та її оформлення – 54-60 балів; – презентація – 18-20 балів; – відеозапис захисту – 18-20 балів; 	<p>Зміст курсової роботи відповідає обраній тематиці, продемонстрована актуальність, здійснено ґрунтовний аналіз усіх аспектів проблеми, присутнє вдале використання або поєднання понять, ідей, методів різних дисциплін, використані сучасні наукові джерела, матеріал роботи добре структурований, логічно викладений, самостійна практична частина характеризується творчим оригінальним підходом і викладом, висновки відповідають завданням роботи. Відповіді на запитання при захисті роботи ґрунтовні та змістовні. Мультимедійна презентація зроблена на високому візуальному та контентному рівні. Курсова робота оформлена з дотриманням встановлених норм і правил. Робота виконана в зазначений термін. Відеозапис захисту зроблений на високому рівні.</p>
<p>Середній рівень</p> <p>70 – 89 балів</p> <p>Добре:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зміст роботи та її оформлення – 40,5-53,5 балів; – презентація – 15-17,5 балів; – відеозапис захисту – 15-17,5 балів; 	<p>Зміст курсової роботи відповідає обраної тематиці, здійснено загальний аналіз усіх аспектів проблеми, присутнє вдале використання або поєднання понять, ідей, методів різних дисциплін задовільне, використані не всі сучасні наукові джерела, матеріал роботи не завжди добре структурований та логічно викладений, самостійна практична частина характеризується задовільним творчим оригінальним підходом та викладом, висновки в цілому відповідають завданням роботи. Відповіді на запитання при захисті курсової роботи в цілому змістовні. Мультимедійна презентація зроблена на середньому візуальному та контентному рівні. Курсову роботу в цілому оформлено з дотриманням встановлених академічних норм</p>

	та правил. Робота виконана в зазначений термін. Відеозапис захисту зроблений на середньому рівні
--	---

Закінчення табл.

1	2
<p>Низький рівень 50 – 69 балів Задовільно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зміст роботи та її оформлення – 25-40 балів; – презентація – 12,5-14,5 балів; – відеозапис захисту – 12,5-14,5 балів; 	<p>Теоретичний аналіз не повною мірою відповідає темі, меті та завданням курсової роботи, використання або поєднання понять, ідей, методів різних дисциплін незадовільне, використані наукові джерела не дають можливості повністю розкрити проблему, самостійний практичний матеріал у роботі незадовільний, висновки не повністю відповідають матеріалу роботи. Відповіді на запитання при захисті роботи не завжди доказові. Мультимедійна презентація зроблена на низькому візуальному та змістовному рівні. Курсову роботу в цілому оформлено з дотриманням встановлених академічних норм та правил, але є багато недоліків. Відеозапис захисту зроблений на низькому рівні</p>
<p>Незадовільний рівень 3 – 49 балів Незадовільно:</p> <ul style="list-style-type: none"> – зміст роботи та її оформлення – 1-24 балів; – презентація – 0-10 балів; – відеозапис захисту – 0-10 балів; 	<p>Теоретичний аналіз не відповідає темі, меті та завданням курсової роботи, використані наукові джерела не дають можливості розкрити проблему, висновки не відповідають матеріалу роботи, оформлення курсової роботи не відповідає встановленим академічним правилам. Мультимедійна презентація зроблена на дуже низькому візуальному та змістовному рівні, або мультимедійна презентація відсутня. Відеозапис захисту зроблений на дуже низькому рівні або відсутній</p>

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для чотирирівневої шкали оцінювання
90 – 100	відмінно
70 – 89	добре
50 – 69	задовільно
1 – 49	незадовільно

Вимоги до оформлення курсової роботи

Обсяг курсової роботи має складати 18-24 сторінки. До загального обсягу роботи не входять перелік джерел інформації та додатки.. Перелік використаних наукових джерел роботи повинен містити не менше 20 робіт. Текст курсової роботи оформлюють через 1,5 інтервали, 14 шрифтом Times New Roman. Абзацний відступ має бути 1,25 (дорівнювати п'яти знакам). Текст повинен бути вирівняний по ширині. Текст роботи оформлюють, залишаючи береги таких розмірів: лівий – 30 мм, правий – 15 мм, верхній – 20 мм, нижній – 20 мм. Першою сторінкою курсової є титульний аркуш, який підлягає загальній нумерації сторінок курсової. На титульному аркуші номер сторінки не ставлять, на наступних – номер проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці. До загального обсягу роботи не входять список джерел інформації та додатки. Але всі сторінки зазначених елементів курсової підлягають суцільній нумерації. Список використаних наукових джерел складається мовою оригіналу та оформлюється за Національним стандартом України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».

9. Рекомендована література

Основна література

1. Академічна чесність як основа сталого розвитку університету / Міжнарод. Благод. Фонд «Міжнарод. Фонд. Дослідж. Освіт. Політики»; за заг. ред. Т.В. Фінікова, А.Є. Артюхова
[URL:http://www.univer.kharkov.ua/images/redactor/news/2016-09-07/chesnist_osnova_rozvitk_Univers.pdf](http://www.univer.kharkov.ua/images/redactor/news/2016-09-07/chesnist_osnova_rozvitk_Univers.pdf).
2. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Зв'язки з громадськістю. Донецьк: ДонДУЕТ, 2007. 394 с.
3. Барна Н.В. Іміджелогія: навч. Посібн. Київ: Університет «Україна», 2007. 217 с.
4. Білоус В.С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2005. 275 с.
5. Бондаренко С.М., Ліфар К.В. Імідж організації: сутність, зміст та основні етапи формування. Київський національний університет технологій та дизайну. 2014. №2(11). С.1-7.
6. Бугрим В.В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навч. Посіб.; Київ. Нац. Унт ім. Тараса Шевченка. Київ : Київський університет, 2013. 255 с

7. Вежель Л.М. Основи зв'язків із громадськістю навчальний посібник Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
8. Зацерківна М.О. Вивчення зв'язків із громадськістю як виду діяльності та функції управління: методологічний аспект. Вісник ХДАК. Випуск 52. 2018. С.160-168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/haksk_
9. Зубарева М.А. Прикладні антикризові PR-технології: навч. Посіб. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. 162 с.
10. Історія зв'язків із громадськістю: конспект лекцій / укладач Н.С. Подоляка. Суми: Сумський державний університет, 2016. 158 с.
11. Смірнова К.В. PR менеджмент: конспект лекцій. Одеса, ОДЕКУ, 2021. 191 с

Допоміжна література

1. Кобелев В.М., Гармаш І.С. PR в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. Вісник Нац. Техн. Ун-ту «ХПІ» : зб. Наук. Пр. Темат. Вип.: Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2011. № 8. С. 172–176.
2. Королько В.Г. Моделі зв'язків політичного режиму з громадськістю. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України. Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса. Київ, 2012. № 6 (62), С. 7–29.
3. Королько В.Г. Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Наукові основи, методика, практика: Підручник для студентів вищих навчальних закладів/ 3-е вид. Доп. і перероблене -К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009.- 831 с.
4. Лисий А. О. Методологічні основи дослідження PR-діяльності підприємств // Право та державне управління, № 4, 2020, С. 241-249
5. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. – К.: Ника-центр, 2003. – 200 Потятинник Б. Медіа: Ключі до розуміння. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с.
6. Мироненко В. В. Вимірювання ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів // Communications and Communicative Technologies. Вип. 20. 2020. Режим доступу: https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5e58ee891b319.pdf
7. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття.- Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. – 260 с.

Нормативні посилання

1. ДСТУ 3008-2015 «Звіти у сфері науки і техніки. Структура та правила оформлювання» URL: http://www.knmu.kharkov.ua/attachments/3659_3008-2015.PDF
2. ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання» URL: <http://lib.vntu.edu.ua/pages/499.html>

10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. <http://www.ejta.eu> – сайт European Journalism Training Association.
2. <http://smi.liga.net> – Моніторинг друкованих та мережових українських медіа.
3. <http://www.datanet.be> – сайт European Association for Audiovisuei Media Education
4. <http://www.mediastudieseurope.net> – сайт European Program in Media, Communication and Cultural Studies
6. <http://www.humfak.auc.dk> – сайт International Association for Media and Communication Research (IAMCR)
7. Research (IAMCR)
8. <http://www.icem-cime.org> – сайт International Council for Educational Media / Conseil International des Medias Educatifs (ICEM-CIME)
9. International des Medias Educatifs (ICEM-CIME)
10. <http://www.ntedu.org> – сайт World Council on Media Education (WCME)