

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. декана соціологічного факультету

В'ячеслав НІКУЛІН

« 30 » серпня 2024 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**«Теорія та практика зв'язків з громадськістю»**  
(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти перший (бакалаврський) рівень вищої освіти  
галузь знань 09 Журналістика  
спеціальність 061 Журналістика  
освітня програма Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю  
спеціалізація \_\_\_\_\_  
вид дисципліни обов'язкова  
факультет соціологічний

2024/2025 навчальний рік

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

-----від 26 червня 2024 року, протокол № 9

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: (вказати авторів, їхні наукові ступені, вчені звання та посади)  
Ірина СОЛДАТЕНКО, кандидат соціологічних наук, доцент кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій ХНУ імені В.Н.Каразіна

Програму схвалено на засіданні кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол № 11 від “07”\_червня 2024 року

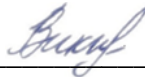
Завідувачка кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій



Ірина СОЛДАТЕНКО

Програму погоджено з гарантом освітньої (професійної) програми «Медіакомунікації та зв'язки з громадськістю»

Гарант освітньої програми



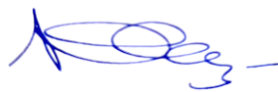
Вікторія БОБОЛОТОВА  
(підпис)

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено методичною комісією соціологічного факультету ХНУ імені В.Н.Каразіна

Протокол від “24 ”червня 2024 року № 8

Голова науково-методичної комісії



Юлія СОРОКА

Програма навчальної дисципліни “Теорія та практика зв’язків з громадськістю” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо – професійної програми “Медіакомунікації та зв’язки з громадськістю” соціологічного факультету спеціальності 061 Журналістика

### 1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є поглиблення знань студентів з понятійного апарату, алгоритму і комунікативної практики паблік рилейшнз.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- ознайомлення студентів із теоріями PR, специфікою реалізації програм із зв’язків з громадськістю в різних соціальних сферах
- розгляд сучасної соціокультурної ролі паблік рилейшнз;
- дослідження сучасних тенденцій в розвитку паблік рилейшнз;
- ознайомлення зі світовими стандартами розвитку PR-діяльності
- освоєння практичних навиків з реалізації піар завдань .

1.3. Кількість кредитів - 4 денна форма навчання, 4 заочна форма навчання

1.4. Загальна кількість годин - 120 д.в., з них аудиторних – 64, 120 з.в, з них ауд. - 14

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
Обов’язкова / за вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
2-й	3-й
Семестр	
4-й	5-й
Лекції	
32 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
32 год.	6 год.
Лабораторні заняття	
Самостійна робота	
56 год.	106 год.
Індивідуальні завдання	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної (освітньо-наукової) програми, здобувачі повинні набути компетентності та демонструвати такі результати навчання:

Перелік предметних компетентностей здобувача вищої освіти:

**Інтегральна компетентність:** Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов

### **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.

ЗК05. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

ЗК06. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК07. Здатність працювати в команді.

ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК09. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

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.

ЗК 13. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь яких інших проявів недоброчесності.

### **Фахові компетентності**

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

СК02. Здатність формувати інформаційний контент.

СК03. Здатність створювати медіапродукт.

СК04. Здатність організовувати й контролювати командну професійну діяльність.

СК05. Здатність ефективно просувати створений медійний продукт.

СК07. Здатність створювати креативні зв'язки з громадськістю.

### **Програмні результати навчання**

ПРН01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань.

- ПРН02. Застосовувати знання зі сфери предметної спеціалізації для створення інформаційного продукту чи для проведення інформаційної акції.
- ПРН03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами.
- ПРН04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел.
- ПРН05. Використовувати сучасні інформаційні й комунікаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення для вирішення професійних завдань.
- ПРН07. Координувати виконання особистого завдання із завданнями колег.
- ПРН08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань.
- ПРН09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.
- ПРН10. Оцінювати діяльність колег з точки зору зберігання та примноження суспільних і культурних цінностей і досягнень.
- ПРН13. Передбачати реакцію аудиторії на інформаційний продукт чи на інформаційні акції, зважаючи на положення й методи соціальнокомунікаційних наук.
- ПРН14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації.
- ПРН16. Планувати свою роботу та роботу колег, спрямовану як на генерування інформаційного контенту, так і створення медіапродукту, а також його промоцію.
- ПРН18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.
- ПРН19. Проводити піар-кампанії використовуючи набуті теоретичні знання та досвід практичних робіт.

## 2. Тематичний план навчальної дисципліни

### Розділ 1. Теорія зв'язків з громадськістю

#### *Тема 1.1. Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій*

Інформаційні джерела курсу, огляд рекомендованої літератури та методичні рекомендації до самостійної роботи.

Постіндустріалізм, епоха споживання. Сучасні тренди в створенні повідомлень в рекламі та паблік рилейшнз (позитив, лаконічність, соціальна відповідальність).

#### *Тема 1.2 Міжнародні паблік рилейшнз (для самостійного вивчення)*

Зміст і поняття міжнародних PR. Міжнародні групи громадськості та їх особливості.

Просування організації за кордоном.

#### *Тема 1.3 Теоретичні засади паблік рилейшнз*

Теорія взаємовідносин. Теорія пізнання та поведінки. Теорії масової комунікації. PR моделі Дж.Груніга. Формула RACE.

#### *Тема 1.4 Організаційна культура і PR*

Теорія організаційної культури Е.Шейна. Структура організаційної культури. Управління культурою. Комунікація та організаційна культура.

#### *Тема 1.5 Загальні засади управління PR- процесом*

Особливості теорії управління процесом паблік рилейшнз. Складові процесу управління. Підходи до процесу управління у сфері PR.

#### *Тема 1.6 Довіра - основа ефективних комунікацій в PR*

Визначення поняття “довіра”. Концептуальні засади дослідження феномену довіри: огляд основних підходів. Довіра як основа ефективних комунікацій і ключовий фактор в PR діяльності. Успішні PR-кампанії в створенні довірчих відносин “організація – клієнт”.

### **Розділ 2. Практика діяльності зв’язків з громадськістю**

#### *Тема 2.1 Розробка комунікаційної стратегії*

Цілі та завдання комунікації. Визначення цільових аудиторій.

Розробка ключових повідомлень. Ідентифікація комунікаційних каналів. Визначення стейкхолдерів та розробка плану комунікаційної взаємодії з ними.

#### *Тема 2.2 Реалізація комунікаційних кампаній*

Розробка комунікаційних кампаній для різних груп громадськості.

Програмування заходів в межах кампанії. Підготовка інформаційних продуктів. Прес- реліз. Взаємодія із ЗМІ.

#### *Тема 2.3 Комунікації в Інтернет- середовищі*

Сфери застосування Інтернет -PR. Питання використання Веб-сайтів, соціальних мереж. Інтранет.

#### *Тема 2.4 Підготовка керівників до комунікації*

Роль керівника організації в процесі комунікації. Підготовка керівників до виступів в ЗМІ. Підготовка до публічних виступів. Комунікації керівників в соціальних мережах. Спічрайтинг.

#### *Тема 2.5 Технології формування позитивного іміджу*

Анатомія іміджу. Внутрішня громадськість та імідж організації. PR-реклама іміджу. Іміджева атрибутика організації. Репутаційний менеджмент.

Моделі тактики репутаційного менеджменту.

#### *Тема 2.6 PR у конфліктних і кризових ситуаціях*

Типологія криз. Загальні питання управління кризою. Управління проблемами задля запобігання криз. Управління в умовах кризи. Комунікація в умовах кризи. Боротьба з чутками. Аналіз ситуації після кризи.

### **3. Структура навчальної дисципліни**

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	се м.	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Розділ 1. Теорія паблік рилейшнз</b>												
Тема 1.1: Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	13	4	4			5	11	1				10
Тема 1.2: Міжнародні паблік рилейшнз	11	4	2			5	11		1			10
Тема 1.3: Теоретичні засади паблік рилейшнз	9	2	2			5	11	1				10
Тема 1.4: Організаційна культура і PR	9	2	2			5	11	1				10
Тема 1.5: Загальні засади управління PR- процесом	9	2	2			5	12	1	1			10
Тема 1.6: Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	11	2	4			5	11		1			10
Разом за розділом 1	62	16	16			30	67	4	3			60
<b>Розділ 2. Практика паблік рилейшнз</b>												
Тема 2.1: Розробка комунікаційної стратегії	12	4	4			4	10	1	1			8
Тема 2.2: Реалізація комунікаційних кампаній	12	4	4			4	11	1				10
Тема 2.3: Комунікації в Інтернет-середовищі	8	2	2			4	9		1			8
Тема 2.4: Підготовка керівників до комунікації	8	2	2			4	7		1			6



Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу	9	2	2			5	7	1				6
Тема 2.6: PR у конфліктних і кризових ситуаціях	9	2	2			5	9	1				8
Разом за розділом 2	58	16	16			26	53	4	3			46
<b>Усього годин</b>	120	32	32			56	120	8	6			106

#### 4. Теми семінарських занять д.в

Назва теми	Кількість годин
Тема 1.1: Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	4
Тема 1.2: Міжнародні публік рилейшнз	2
Тема 1.3: Теоретичні засади публік рилейшнз	2
Тема 1.4: Організаційна культура і PR	2
Тема 1.5: Загальні засади управління PR- процесом	2
Тема 1.6: Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	4
Тема 2.1: Розробка комунікаційної стратегії	4
Тема 2.2: Реалізація комунікаційних кампаній	4
Тема 2.3: Комунікації в Інтернет- середовищі	2
Тема 2.4: Підготовка керівників до комунікації	2
Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу	2
Тема 2.6: PR у конфліктних і кризових ситуаціях	2
Разом	32

#### 5. Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин д.в
1	За розділом 1. прочитати підручники та посібники: 1. 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. 2. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття.- Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2017.- 260 с.	30
2	За розділом 2 прочитати посібники: 1. Коник Дмитро. Стратегічні комунікації. Посібник для державних службовців.-Київ, 2016 (@Міжнародний банк реконструкції та розвитку/Світовий банк);	26



	2. Якокка Лі. Автобіографія/ Лі Якокка, Вільям Новак; пер. з англ. Г Литвиненко.- Х.: Вид-во «Ранок»: «Фабула», 2019.-384 с.;	
	3. Шульц Говард, Гордон Джон. Старбакс. -Київ.: «Наш Формат», 2017.- 408 с.	
	Разом	56

6. Види навчальної діяльності (змішане навчання, лекції, семінарські заняття)

Тема	Класифікація	Попередня підготовка	Подача нової інформації	Тренування	Зворотній зв'язок
<b>Розділ 1. Теорія паблік рилейшнз</b>					
Тема 1.1: Світові стандарти сучасної PR-діяльності. Огляд тенденцій	Вступна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою  Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.2: Міжнародні паблік рилейшнз	Самостійна робота	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.3: Теоретичні засади паблік рилейшнз	Інформаційна лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології,	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу

		необхідної для роботи з темою			
Тема 1.4: Організаційна культура і PR	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.5: Загальні засади управління PR-процесом	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація Відеоконференція робота в групах	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 1.6: Довіра - основа ефективних комунікацій в PR	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація Відеоконференція, робота в групах	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
<b>Розділ 2. Практика паблік рилейшнз</b>					
Тема 2.1: Розробка комунікаційної стратегії	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомлення або повторення термінолог	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу

		ії, необхідної для роботи з темою			
<i>Тема 2.2: Реалізація комунікаційних кампаній</i>	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомле ння або повторенн я термінолог ії, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконфере нція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 2.3: Комунікації в Інтернет- середовищі	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомле ння або повторенн я термінолог ії, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконфере нція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 2.4: Підготовка керівників до комунікації	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомле ння або повторенн я термінолог ії, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконфере нція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу
Тема 2.5: Технології формування позитивного іміджу	Інформацій на лекція, семінар	Ознайомле ння або повторенн я термінолог ії, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконфере нція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу

		необхідної для роботи з темою			
Тема 2.6: PR у конфліктних і кризових ситуаціях	Практичне заняття. Підсумкове заняття	Ознайомлення або повторення термінології, необхідної для роботи з темою	Презентація відеоконференція	Робота з літературою Робота з кейсами	Обговорення навчального матеріалу

## 7. Індивідуальні завдання

-

## 8. Методи контролю

Контрольна робота, семінарські заняття, екзамен

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь та навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом та програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань. За виконання різних видів завдань протягом семестру студенти набирають певну суму балів, яка дозволяє (або не дозволяє) скласти екзамен. *Мінімальна кількість 24 бали*, з якою студент допускається до написання іспиту.

*Поточний контроль* – опитування на семінарських заняттях за контрольними та програмними питаннями поточної та попередніх тем; оцінювання ступеню активності студентів та якості їхніх виступів та коментарів при проведенні дискусій на семінарських заняттях. *Рубіжний контроль* – контрольна робота за темами розділів. *Підсумковий контроль* – письмовий екзамен на платформі MOODLE.

Форми навчання: лекції (розкриваються принципові та найбільш важливі аспекти визначених тем) із застосуванням мультимедійних засобів навчання; інтерактивні семінари з елементами теоретичних дискусій, обговорення кейсів, роботою у групах та із застосуванням мультимедійних засобів навчання; консультації. Самостійна робота студентів з навчальною літературою, першоджерелами та Інтернет-ресурсами.

### Питання до контрольної роботи

#### Варіант 1.

1. Розкрийте особливості “ситуаційної теорії” та наведіть приклади її використання у PR практиці.

2. Чому публік рилейшнз є відкритою соціальною системою?
3. Наведіть та охарактеризуйте три основні методи прогнозування, що використовують PR спеціалісти.

Варіант 2.

1. Поясніть сутність “теорії систем” та наведіть приклади її використання у PR практиці.
2. Які основні складові процесу PR-управління?
3. Назвіть різницю між “інформаційними” та “мотиваційними” цілями.

Варіант 3.

1. Розкрийте значення “теорії соціального обміну” та наведіть приклади її використання у PR практиці.
2. Поясніть циклічний характер PR-процесу.
3. Назвіть вісім елементів плану PR –роботи.

### **Критерії оцінювання відповідей на питання контрольної роботи**

Відповідь повна, або з однією незначною помилкою	4 балів
Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками	3 бала
Відповідь не досить повна, та (або) із суттєвими помилками	2 бала
Відповідь не повна, містить суттєві помилки	1 бала
Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає запитанню	0 балів

### **Підготовка соціального PR- проекту**

У рамках створення соціального PR-проекту студентам потрібно:

- дослідити проблему, до якої потрібно привернути увагу за допомогою PR-проекту;
- проаналізувати минулі піарні ініціативи та медійне висвітлення обраної проблеми;
- визначити мету PR-проекту;
- виділити та описати цільову аудиторію на яку буде спрямована PR-комунікація та адресований відеоролик;
- створити ключове повідомлення, що буде адресоване цільовій аудиторії;
- скласти план PR-комунікацій
- описати канали PR-комунікація
- запропонувати інформаційні привиди, в рамках яких буде демонструватися відеоролик;
- створити відеоролик/написати інформаційний матеріал, що відповідає цілям PR-проекту.

Студенти можуть запропонувати власну тему для створення проекту, або обрати одну із запропонованих викладачем:

1. Формування довірливого ставлення до поліції
2. Наркотизація молоді як соціальна проблема
3. Здоровий спосіб життя як профілактика хронічних захворювань
4. Забруднення навколишнього середовища

5. Формування толерантного ставлення до людей з обмеженими можливостями
6. Насильство в сім'ї
7. Адаптація вимушених переселенців до нового соціального середовища
8. Трудова еміграція українців
9. Захист тварин від жорстокого поводження
10. Самотність людей похилого віку як соціальна проблема
11. Формування культури поведінки водіїв і пішоходів на дорогах

### Критерії оцінювання PR проекту

Соціальна проблема визначена та описана	2 бала
Визначена мета PR-проекту. Виділені та описані цільові аудиторії та стейкхолдери	2 бала
Ключове повідомлення проекту створене	2 бала
План PR-проекту складений	2 бала
Запропоновані інформаційні приводи та канали для реалізації проекту	2 бала
Створений відеоролик/написаний інформаційний матеріал, що відповідає цілям PR-проекту	2 бала
<b>ВСЬОГО</b>	<b>12 балів</b>

### Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота												Контроль робота 1/ проект	Разо м	екза мен	Сума
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12				
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	12/12	60	40	100

### Шкала оцінювання результатів навчання

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

## 9. Рекомендована література

### Основна література

1. Біденко Сергій, Золотаревич Ірина Репутаційний антистрес : Інструктор для власників і топ менеджерів бізнесу / Сергій Біденко, Ірина Золотаревич. Київ: Yakaboo Publishing, 2021.-221 с.
2. Коник Дмитро. Стратегічні комунікації. Посібник для державних службовців. Київ, 2016. 256 с.
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-є вид. К.: Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2009. 831 с.
4. Кулеба Д. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ : Книголав, 2024. 384 с.
5. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2017. 260 с.
6. Штомпка, П. (2022). Соціальний капітал. Теорія міжособистісного простору. Київ: Дух і Літера. 400 с.
7. Шульц Говард, Гордон Джон. Стабакс. Київ.: «Наш Формат», 2017. 408 с.

### Допоміжна література

1. Варцаба Н. В. Застосування західних PR-методів шоу-бізнесу на прикладі етногурту «Дахабраха». Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія : науковий журнал. Київ, 2019. №2. С. 142-148
2. Дослідження корупції: теоретичні та концептуальні засади. Антологія- Київ: ДУХ І ЛІТЕРА, 2021.- 664 с. <https://drive.google.com/file/d/1eTwTNMyaqbvLnY-WX1hCN27rlGueadX/view>
3. Михайлина Д. Г., Паламарюк О.М. Стресогенні аспекти реклами в умовах глобалізації// Науковий вісник Чернівецького університету. Випуск 834. Економіка. 2021. С. 42-48. <http://econom.chnu.edu.ua/journal/index.php/ecovis/article/view/167/125>
4. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: Методичний посібник/ За ред. В. Г. Королька. К., 2003, 216 с.
- 5.

## 10. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відео-лекції, інше методичне забезпечення

- Сайт з Marketing Media Review <https://mmr.ua>
- The Public Relation Society of America [www.prsa.org](http://www.prsa.org)
- Сайт «Культура і Креативність»  
<https://www.culturepartnership.eu/publishing/communication-course/lecture-2-the-stages-of-strategic-communication>



