

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені  
академіка Степана Дем'янчука»  
Факультет журналістики  
Кафедра соціальних комунікацій

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**БК. 10 ПРЕС-СЛУЖБИ ТА PR**

**Освітньої програми:**  
**Рівня вищої освіти:**  
**за спеціальністю:**  
**галузі знань:**

Журналістика  
першого (бакалаврського)  
061 Журналістика  
06 Журналістика

Рівне-2021

Робоча програма **Прес-служби та PR** для студентів першого (бакалаврського) рівня освіти  
**галузі знань 06 Журналістика,**  
**спеціальності: 061 Журналістика**

Розробник: старший викладач кафедри теорії і методики журналістської творчості  
Горчикова А.О.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри соціальних комунікацій

Протокол № 1 від 27 серпня 2021 року

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ доц. Золяк В. В.  
(підпис)

Схвалено навчально-методичною комісією факультету журналістики

Протокол № 1 від 30 серпня 2021 року

Голова \_\_\_\_\_ доц. МIRONЮК В. М.  
(підпис)

Гарант освітньої програми «Журналістика» зі спеціальності 061 «Журналістика» у галузі  
знань 06 «Журналістика» рівня вищої освіти першого (бакалаврського)

доц. Золяк В. В. \_\_\_\_\_  
(підпис)

© Горчикова А.О. 2021

© ПВНЗ «Міжнародний  
економіко-гуманітарний  
університет імені  
акад. С. Дем'янчука» 2021

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Рівень вищої освіти, галузь знань, спеціальність	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – <b>3/3</b>	Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)  Галузі знань: 06 Журналістика Спеціальність: 061 Журналістика  ОП Журналістика	Вибірковий освітній компонент	
Змістових модулів – <b>2</b>		<b>Рік підготовки:</b>	
Загальна кількість годин – <b>90</b>		2-й	2-й
		<b>Семестр</b>	
		4-й	4-й
		<b>Лекції</b>	
		20 год.	6 год.
		<b>Практичні, семінарські</b>	
		10 год.	4 год.
		<b>Лабораторні</b>	
		–	–
		<b>Самостійна робота</b>	
60 год.		80 год.	
Вид контролю: <b>залік</b>			

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Робоча програма навчальної дисципліни «Прес-служби та PR» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Журналістика» підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності 061 Журналістика галузі знань 06 «Журналістика».

**Метою курсу** є освоєння здобувачами теоретичних основ роботи прес-служб організацій різного типу, а також отримання навичок професійної роботи в області сучасних зв'язків з громадськістю як науки і засобу політики. Даний курс передбачає знайомство з сучасною системою прес-релейшнз, їх специфікою та особливостями функціонування, інформаційною роботою установ із засобами масової інформації та громадськістю, пропаганди ними своїх цілей і рішень, організації публічних акцій, які працюють на позитивний імідж установи.

**Завдання курсу:** засвоєння студентами теоретичних та практичних знань у галузі рекламної діяльності та роботи прес-служб як форми масової комунікації, усвідомлення ними ключових понять і процесів у цій комунікативній сфері, вироблення практичних навичок усебічного аналізу та створення інформаційної продукції різних типів.

Після успішного вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти зможе:

РН1. організувати і проводити комунікативні заходи (прес-конференція, брифінг, конференція, презентація, круглий стіл).

РН2. складати інформаційні матеріали (прес-реліз, матеріал для публікації в пресі, медіа карта, медіа-пакет, вітання).

РН3. розробляти ефективне і дієве ПР-звернення й правильно визначати канали його передачі.

РН4. розуміти і пояснювати фактори, що впливають на формування та динаміку громадської думки.

Під час лекційних та практичних занять, індивідуальної навчально-дослідницької та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Прес-служби та PR» студенти підкріплюють та поглиблюють компетентності, передбачені освітньо-професійною програмою.

## 3. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1. Прес-служби: специфіка та форми роботи

**Тема 1. Прес-служби як інструмент реалізації PR.** Визначення PR. Функції відділу зв'язків з громадськістю. Повноваження відділу зв'язків з громадськістю. Поширення інформації. Завоювання аудиторії. Спілкування з громадськістю. Отримання зворотнього зв'язку. Структура відділу зв'язків з громадськістю.

*Література: основна (7,9,10), додаткова (12,14,30)*

**Тема 2. Робота прес-служби.** Як обробляти інформацію. Структура типової прес-служби. Ідеологія роботи прес-служби. Форми реалізації діяльності прес-служби. Правила членів команди під час виступу. Типові функції прес-служби. Спеціальні заходи прес-служби.

*Література: основна (2,5,11), додаткова (17,18,24)*

**Тема 3. Складники роботи прес-секретаря.** Прес-релізи. Підготовка інформаційних повідомлень і прес-релізів. Правила підготовки прес-реліза. Вимоги до прес-реліза. Правила роботи з пресою. Повідомлення про майбутні заходи. Фотоматеріали. Інформаційні тексти про мас-медіа. Речництво. Написання промов.

*Література: основна (4,6) додаткова (16,18,27,32)*

**Тема 4. Конференції і прийоми.** Прес-конференції. Присутність журналістів на міроприємствах. Оцінка діяльності преси. Програмні виступи в газетах. Мала преса. Брифінги для преси. Редакційні колегиї. Підготовка матеріалів для радіопередач.

*Література: основна (1,2,9), додаткова (13,16,21,28)*

### ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2. Зв'язки з громадськістю: специфіка та форми роботи

**Тема 5. Роль зв'язків з громадськістю в сучасному світі.** Поняття зв'язків з громадськістю. Умови виникнення зв'язків з громадськістю та становлення PR в сучасному світі.

*Література: основна (1, 2, 4,5), додаткова (15,23,27,32)*

**Тема 6. Форми організації PR-роботи.** Власна PR-служба: зародження PR-відділів в організаціях, переваги та недоліки власної PR-служби, місце PR-департаменту у функціональній структурі організації та зв'язок з іншими структурними підрозділами, структури PR-служби, функції та напрями діяльності PR-служби. Робота із PR-агентством: форми роботи із PR-агентством, переваги та недоліки роботи з агентством, послуги PR-агентства. Індивідуальне PR-консультування, робота з незалежними PR-фахівцями. Вимоги до особистих якостей фахівця з паблік рілейшнз.

*Література: основна (5,7,9), додаткова (15,17,26,29)*

**Тема 7. Підготовка PR-проекту.** Складові PR-кампанії: визначення та аналіз проблеми, планування і програмування; дія і комунікація; оцінка ефективності та корегування дії. Розробка PR-стратегії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету PR-кампанії; визначення ресурсів PR-кампанії; показники ефективності PR-кампанії

*Література: основна (2,3,5,8), додаткова (12,15,19,25)*

**Тема 8. Регулювання PR-діяльності. Етика в PR.** Законодавче регулювання PR-діяльності в Україні. Етичні засади PR-діяльності, етичні рівні здійснення PR-діяльності та їх характеристика.

*Література: основна (3,7), додаткова (19,24,26,32)*

## 1. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	всього	у тому числі					всього	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
<b>Змістовий модуль 1. Прес-служби: специфіка та форми роботи</b>												
<b>Тема 1.</b> Прес-служби як інструмент реалізації PR.	14	4	2			8	14	2	2			10
<b>Тема 2.</b> Робота прес-служби.	12	2	2			8	10					10
<b>Тема 3.</b> Складники роботи прес-секретаря.	12	2	2			8	10					10
<b>Тема 4.</b> Конференції і прийоми.	10	2				8	12	2				10
Разом за змістовим модулем 1	48	10	6			32	46	4	2			40
<b>Змістовий модуль 2. Зв'язки з громадськістю: специфіка та форми роботи</b>												
<b>Тема 5.</b> Роль зв'язків з громадськістю в сучасному світі.	6	2				4	10					10
<b>Тема 6.</b> Форми організації PR-роботи.	14	4	2			8	14	2	2			10
<b>Тема 7.</b> Підготовка PR-проекту.	10	2				8	10					10

Тема 8. Регулювання PR-діяльності. Етика в PR.	12	2	2			8	10					10
Разом за змістовим модулем 2		10	4			28	44	2	2			40
<b>Усього годин</b>	90	20	10			60	90	6	4			80

### 5. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1. Прес-служби: специфіка та форми роботи</b>		
1.	Прес-служби як інструмент реалізації PR.	2/2
2.	Робота прес-служби.	2/
3.	Складники роботи прес-секретаря.	2/
<b>Змістовий модуль 2. Зв'язки з громадськістю: специфіка та форми роботи</b>		
4.	Форми організації PR-роботи.	2/2
5.	Регулювання PR-діяльності. Етика в PR.	2/
	<b>Разом</b>	<b>10/4 год.</b>

### 6. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
<b>Змістовий модуль 1. Прес-служби: специфіка та форми роботи</b>		
1.	Прес-служби як інструмент реалізації PR.	8/10
2.	Робота прес-служби.	8/10
3.	Складники роботи прес-секретаря.	8/10
4.	Конференції і прийоми.	8/10
<b>Змістовий модуль 2. Зв'язки з громадськістю: специфіка та форми роботи</b>		
5.	Роль зв'язків з громадськістю в сучасному світі.	4/10
6.	Форми організації PR-роботи.	8/10
7.	Підготовка PR-проекту.	8/10
8.	Регулювання PR-діяльності. Етика в PR.	8/10
	<b>Разом</b>	<b>60/80 год.</b>

### 7. ЗАВДАННЯ ДЛЯ ОПРАЦЮВАННЯ ТЕМ ДИСЦИПЛІНИ

Назва теми	Зміст завдання для відпрацювання пропущених занять і невиконаних завдань	Форми контролю	Література	Кількість балів
<b>Змістовий модуль 1. Прес-служби: специфіка та форми роботи</b>				
<b>Тема 1. Прес-служби як інструмент реалізації PR.</b> Визначення PR. Функції відділу зв'язків з громадськістю. Повноваження відділу зв'язків з громадськістю. Поширення інформації. Завоювання аудиторії. Спілкування з	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання огляду даної теми Написання доповіді	Опитування, аналіз завдання.	<i>Література:</i> <i>основна (7,9,10),</i> <i>додаткова (12,14,30)</i>	7

громадськістю. Отримання зворотнього зв'язку. Структура відділу зв'язків з громадськістю.				
<b>Тема 2. Робота прес-служби.</b> Як обробляти інформацію. Структура типової прес-служби. Ідеологія роботи прес-служби. Форми реалізації діяльності прес-служби. Правила членів команди під час виступу. Типові функції прес-служби. Спеціальні заходи прес-служби.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання огляду даної теми Написання доповіді	Опитування. Аналіз доповіді	<i>Література: основна (2,5,11), додаткова (17,18,24)</i>	7
<b>Тема 3. Складники роботи прес-секретаря.</b> Прес-релізи. Підготовка інформаційних повідомлень і прес-релізів. Правила підготовки прес-реліза. Вимоги до прес-реліза. Правила роботи з пресою. Повідомлення про майбутні заходи. Фотоматеріали. Інформаційні тексти про мас-медіа. Речництво. Написання промов.	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання огляду даної теми Написання доповіді	Опитування. Аналіз реферату.	<i>Література: основна (4,6) додаткова (16,18,27,32)</i>	7
<b>Тема 4. Конференції і прийоми.</b> Прес-конференції. Присутність журналістів на міроприємствах. Оцінка діяльності преси. Програмні виступи в газетах. Мала преса. Брифінги для преси. Редакційні колегії. Підготовка матеріалів для радіопередач.	Вивчення лекційного матеріалу. Написання огляду даної теми Написання доповіді	Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)	<i>Література: основна (1,2,9), додаткова (13,16,21,28)</i>	8
<b>Змістовий модуль 2. Зв'язки з громадськістю: специфіка та форми роботи</b>				
<b>Тема 5. Роль зв'язків з громадськістю в сучасному світі.</b> Поняття зв'язків з громадськістю. Умови виникнення зв'язків з громадськістю та становлення ПР в сучасному світі.	Вивчення лекційного матеріалу. Написання огляду даної теми Написання доповіді	Опитування. Аналіз доповіді Кейс-метод (аналіз журналістських ситуацій)	<i>Література: основна (1, 2, 4,5), додаткова (15,23,27,32 )</i>	7

<p><b>Тема 6. Форми організації PR-роботи.</b> Власна PR-служба: зародження PR-відділів в організаціях, переваги та недоліки власної PR-служби, місце PR-департаменту у функціональній структурі організації та зв'язок з іншими структурними підрозділами, структури PR-служби, функції та напрями діяльності PR-служби. Робота із PR-агентством: форми роботи із PR-агентством, переваги та недоліки роботи з агентством, послуги PR-агентства. Індивідуальне PR-консультування, робота з незалежними PR-фахівцями. Вимоги до особистих якостей фахівця з паблік рілейшнз.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання огляду даної теми Написання доповіді</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістського проекту)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (5,7,9),</i> <i>додаткова (15,17,26,29)</i></p>	<p>8</p>
<p><b>Тема 7. Підготовка PR-проекту.</b> Складові PR-кампанії: визначення та аналіз проблеми, планування і програмування; дія і комунікація; оцінка ефективності та корегування дії. Розробка PR-стратегії: аналіз ситуації, проведення досліджень; постановка цілей та завдань; визначення цільових аудиторій; складання плану дій; підходи та принципи формування бюджету PR-кампанії; визначення ресурсів PR-кампанії; показники ефективності PR-кампанії.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу. Написання огляду даної теми Написання доповіді</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістського доробку). Самооцінювання</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (2,3,5,8),</i> <i>додаткова (12,15,19,25)</i></p>	<p>8</p>
<p><b>Тема 8. Регулювання PR-діяльності. Етика в PR.</b> Законодавче регулювання PR-діяльності в Україні. Етичні засади PR-діяльності, етичні рівні здійснення PR-діяльності та їх характеристика.</p>	<p>Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичного заняття. Написання огляду даної теми Написання доповіді</p>	<p>Опитування. Кейс-метод (аналіз журналістського проекту)</p>	<p><i>Література:</i> <i>основна (3,7),</i> <i>додаткова (19,24,26,32)</i></p>	<p>8</p>



## **8. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

1. З'ясувати посадові обов'язки директора, менеджера та спеціаліста по зв'язках із громадськістю.
2. Порівняти та проаналізувати кількість фахівців із зв'язків з громадськістю в Україні та західних країнах світу, де вони працюють, їх освіта.
3. З'ясувати форми організації/налагодження зворотного зв'язку для ЗМІ.
4. Визначити специфіку акредитації представників іноземних ЗМІ в Україні.
5. Показати критерії визначення "своєї громадськості" та шляхи її вирішення окремими організаціями, установами.
6. Розглянути досвід вивчення громадської думки в США
7. Проаналізувати основні відмінності проведення прес-брифінгів, прес-конференцій, презентацій, круглих столів.
8. Показати специфіку підготовки до виступу/інтерв'ю на радіо та телебаченні.
9. Проаналізувати стан ринку ПР в Україні.
10. Дослідити особливості формування іміджу країни.
11. З'ясувати які застосовуються комплексні ПР-заходи для побудови позитивного іміджу організації/особи.
12. Визначити підходи до інтерпретації результатів оцінки ПР-кампанії.
13. Показати особливості з'ясування ПР-проблеми, шляхи планування стратегії і тактики розв'язання ПР-проблеми.
14. Проаналізувати середовище комунікації організації зв'язків з громадськістю: поняття, види, основні складові, параметри.
15. Визначити канали комунікації, за якими інформація потрапляє в ЗМІ.
16. Охарактеризувати роботу провідних інформаційних агенцій світу Reuters, Associates Press, CNN, Interfax.

## **9. МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

Інтерактивні лекції, евристичне навчання, кейс-метод, лекції-дискусії, мозковий штурм, обмін думками (think-pair-share), практико-орієнтоване навчання, творчий метод, тренінги в активному режимі

## **10. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

Індивідуальне опитування, фронтальне опитування, тестова перевірка знань, поточні контрольні роботи, підсумковий контроль (залік).

## **11. ПИТАННЯ ГАРАНТОВАНОГО РІВНЯ ЗНАТЬ**

1. Історичні моделі становлення ПР.
2. Діяльність перших публіситі-бюро в США.
3. «Принципи ПР», сформовані Айві Лі.
4. Особливості міжнародної ПР-діяльності держав та державних органів.
6. Специфіка ПР-ринку України, Росії, західних країн.
9. Фактори, які впливають на досягнення успіху в ПР.
10. Значення сучасної теорії комунікації для публік релейшнз.
11. Предметне поле зв'язків з громадськістю як галузі наукового знання: підходи та трактування в сучасному суспільстві.
13. Громадськість як об'єкт та суб'єкт комунікації.
16. Коли колективна думка стає громадською.
17. 15 "законів" громадської думки за Халі Кентрілом.
18. Джерела вивчення громадської думки службами зв'язків з громадськістю.
19. Методика вивчення громадської думки провідними соціологічними компаніями світу.
20. Роль та характер використання ЗМІ у кампаніях по формуванню іміджу організації або особи.

25. Роль досліджень в стратегічному плануванні.
26. Складові оціночного дослідження ПР-програми.
27. Підходи до оцінки ефективності ПР-каманій провідних ПР-агенцій світу.

## 12. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ

Поточне тестування та самостійна робота								Підсумковий тест (залік)	Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2					
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	40	100
7	7	7	8	7	8	8	8		

## ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Критерії оцінювання	Оцінка за національною шкалою
90-100	<b>A</b>	Студент виявляє особливі творчі здібності, глибокі знання навчального матеріалу, що міститься в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах; вміє аналізувати явища, які вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку; застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних задач; володіє вмінням надавати чітку аргументовану відповідь на поставленні питання	відмінно
82-89	<b>B</b>	Студент вільно володіє вивченим обсягом матеріалу, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи, надає лаконічну відповідь майже на всі поставленні питання; самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	добре
74-81	<b>C</b>	Студент вміє оперувати необхідним колом понять та категорій; узагальнювати та систематизовувати інформацію під керівництвом викладача; в цілому самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, серед яких є суттєві	
64-73	<b>D</b>	Студент відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, слабке їх застосування при розв'язанні практичних завдань; аналізує навчальний матеріал за допомогою викладача, надає мало аргументовані відповіді, виправляє не всі помилки, значна кількість яких є суттєвими	задовільно
60-63	<b>E</b>	Студент володіє навчальним матеріалом на рівні вищому за початковий, проте має фрагментарне уявлення про деякі поняття та категорії курсу; надає неповне висвітлення змісту питань; має недостатнє вміння зробити аргументовані висновки; відповіді містять значну кількість недоліків і помилок	
35-59	<b>FX</b>	Студент не опанував значну частину матеріалу курсу; не володіє понятійним апаратом; не опрацював базову та допоміжну літературу. Мова не виразна, обмежена, бідна, словниковий запас не дає змогу оформити ідею. Практичні навички на рівні розпізнавання	незадовільно з можливістю повторного складання

0-34	<b>F</b>	Студент повністю не знає програмного матеріалу, не працював в аудиторії з викладачем або самостійно; допускає суттєві помилки у відповідях на питання, не вміє застосовувати теоретичні положення при розв'язанні практичних завдань	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни
------	----------	--	--

### 13. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Опорні конспекти лекцій.
2. Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення.
3. ТЗН.
4. Навчальні демонстрації.
5. Комп'ютерне забезпечення.

### 14. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА БАЗОВА

1. Ольшевський А. Антикризисный PR и консалтинг. – Спб, 2013. – 432 с.
2. Федотова Л.Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение – Спб., 2013. – 352 с.
3. Ольшанский В. Политический PR. – Спб., 2013. – 560 с.
4. Косарчук В., Сильницький Ю. Організація роботи оргнів державної податкової служби із засобами масової інформації. – Х., 2013. – 72 с.
5. Н.Гришин Основы проведения избирательных кампаний – М., 2013. – 105 с.
6. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. – М., 2012. – 493 с.
7. Губерський Л., Андрущенко В, Михальченко М. Культура. Идеология. Особистість: Методолого-світоглядний аналіз. – К.: Знання України, 2012. – 580 с.
8. Шевченко О.В. PR-технології в міжнародних відносинах: європейський досвід та перспективи України. – К., 2013. – 189 с.
9. Серов А. Интервью с PR-советником М.: Вершина, 2016. - 216 с.
10. Юдина Е. Креативное мышление в PR – М.: РИП-Холдинг, 2015. - 272 с.
11. Марков С. PR в России больше, чем PR. Технологии, версии, слухи – М.: Северо-Запад, 2015. - 432 с.

### ДОПОМІЖНА

12. Менеджер Мафии. PR без вранья, или Искусство публичного совращения. Том 1 – М.: Эт Сетера Паблшинг, 2015. – 298 с.
13. Джей Конрад Левинсон, Рик Фришман, Джиль Люблин Партизанское паблсити. Сотни беспроигрышных тактик – СПб.: Фаир-Пресс, 2014. - 320 с.
14. Джерри Вайссман Мастерство презентаций – М.: Вершина, 2014. – 288 с.
15. Лора Райс, Эл Райс Расцвет пиара и упадок рекламы М.: АСТ, Ермак, 2014. - 320 с.
16. Конрад Финк Стратегический газетный менеджмент. – М.: Корпорация "Федоров", 2014. - 496 с.
17. Галумов Э. Основы PR – М.: Летопись XXI, 2014. - 408 с.
18. Ричард Лермер, Майкл Причинелло Голый PR. Как заставить людей говорить о вас, вашем бизнесе и вашем продукте – М.: Крылов, 2014. - 288 с.
19. У. Аги, Г. Кэмерон, Ф. Олт, Д. Уилкоккс Самое главное в PR – СПб.: Питер, 2014. - 560 с.
20. Грэм Даулинг Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности – М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра – М, 2013. - 368 с.
21. Сандра Оливер Стратегия в паблик рилейшнз – СПб.: Нева, 2013. - 160 с.
22. Энди Грин Креативность в паблик рилейшнз - СПб.: Нева, 2013. - 224 с.
23. Ширли Харрисон Связи с общественностью. Вводный курс – СПб.: Нева, 2013. - 368 с.
24. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2012. - 288 с.
25. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз – К.: Рефл-бук, 2012. - 528 с.
26. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и Public Relations. Программы-консультанты – СПб.: Бизнес-пресса, 2012. - 384 с.
27. Игнатъев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия Public Relations – М.: Альпина Паблшер, 2002. - 240 с.

28. Бортник Е.М., Коротков Э.М., Никитаева А.Ю. Управление связями с общественностью. Учебное пособие – М.: ИД ФБК – Пресс, 2012. - 128 с.
29. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов – СПб.: Питер, 2016 - 160 с.
30. Гундарин М. Книга руководителя отдела PR. Практические рекомендации – СПб.: Питер, 2016 - 386 с.
31. Гунаре М.Л. Толковый словарь для PR-менеджеров М.: Вершина, 2015. - 284 с.
32. Элисон Тикер Паблик рилейшнз. Учебник - М.: Проспект, 2015. - 336 с
33. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера - СПб.: Питер, 2015 – 176 с.
34. Вуйма А. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только СПб: БХВ-Петербург, 2015 - 224 с.
35. Чевертон Питер Почему ваш бренд не работает? – М.: Гранд, Фаир-Пресс. 2004. - 208 с.
36. Королько В.Г. Паблик рилейшнз. Наукові основи. Методика. Практика. Підручник. – К., 2017. – 400 с.
37. Тихомирова Є.Б. Зв'язки з громадськістю. Навчальний посібник. – К.2011. – 365 с.
38. Буари Ф. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. Пер. с фр. – М.,2011. – 178 с.
39. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз для професіоналів. – К., 2005. – 506с.
40. Маркони Джо PR. Полное руководство М.: Вершина, 2006. - 256 с.
41. Элисон Тикер Паблик рилейшнз. Учебник - М.: Проспект, 2005. - 336 с

### **ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ**

- <http://www.eventmarket.ru> - спеціалізований інформаційний портал, присвячений організації спеціальних заходів
- <http://www.vd.net.ua/> - Український діловий журнал "Власть денег "
- <http://www.publicity.kiev.ua/> - спеціалізований ресурс з PR і інших комунікацій.
- <http://www.4p.ru/> - ресурс про маркетинг і пов'язаних з ним сферах
- <http://www.r2b.ru/> - Інформаційно-аналітичне агентство, що спеціалізується в області високих технологій
- <http://www.parlcom.ru> - Новини й аналітичні огляди діяльності органів державної влади РФ, документи, законопроекти.
- <http://adme.ru> - щоденне галузеве інтернет-видання про ринок реклами, маркетингу, PR.
- <http://www.prweek.com/> - Онлайн-версія одного з найбільших видань про PR.
- <http://pr-news.spb.ru/> - Новий ресурс і нове видання із Санкт-Петербурга
- <http://www.pr-dialog.ru/> - Санкт-Петербурзьке видання, що прагне завоювати популярність серед професіоналів.
- <http://www.sostav.ru> - спеціалізований ресурс, що містить розгорнуту інформацію про різні сегменти ринку реклами й PR.
- <http://www.advi.ru/> - Електронна версія журналу для практиків реклами й маркетингу "Рекламні Ідеї/Yes"
- <http://gtmarket.ru> – інформаційний портал по PR, рекламі, маркетингу
- <http://www.sovetnik.ru> - Щомісячний професійний журнал про зв'язки із громадськістю й ринку PR.
- <http://www.sreda-mag.ru/mag/28/8.phtml> - журнал присвячений засобам масової інформації
- <http://www.soob.ru> - журнал про технології, застосовуваних в області розвитку суспільних зв'язків (PR) і політичного консультування.
- <http://www.prschik.kiev.ua/> - Український сайт про PR, маркетингу й рекламі
- <http://propel.ru/> - інформація про рекламу на телебаченні й радіо, зовнішній рекламі, рекламі в інтернет і інші види реклами.
- <http://www.pr-center.org.ua/> - веб-ресурс для недержавних організацій, які цікавляться питаннями просування своїх інституцій за допомогою комунікативних технологій
- <http://adcoalition.org.ua/rus/main.php> - Всеукраїнська рекламна коаліція.
- <http://www.reklamaster.kiev.ua/> - Український рекламний портал
- <http://advertising.com.ua/> - Реклама в Україні
- <http://www.marketing.web-standart.net/> - Журнал про маркетинг, рекламу й PR

<http://www.piar.kiev.ua/> - Асоціація політичних консультантів України  
<http://www.rupr.ru/> - Всеросійський науково-популярний журнал про PR  
<http://www.mm.com.ua/> - Marketing Mix - електронний журнал.  
<http://www.management.com.ua/> - Менеджмент: методологія й практика  
<http://www.prinfo.webzone.ru/> - Російське довідково-інформаційне видання  
<http://www.piar.ru/> - електронний Пр-дайджест  
<http://www.pronline.ru/> - спеціалізований портал по PR  
[www.prweekuk.com](http://www.prweekuk.com) - PR Week  
[www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com) - PR Newswire  
[www.ragan.com](http://www.ragan.com) - Journal of Employee Communications Management  
[www.prandmarketing.com](http://www.prandmarketing.com) - Спільний проект PR News, Interactive PR & Marketing News і декількох інших ведучих видань  
[www.pressclub.host.ru](http://www.pressclub.host.ru) - Міжнародний прес-клуб