



Міністерство освіти і науки України
**Національний університет «Чернігівська
політехніка»**
*Навчально-науковий інститут природокористування
та гуманітарних наук*
Кафедра філософії і суспільних наук

**Робоча програма
Зв'язки з громадськістю**

ЗАТВЕРДЖУЮ

Шакун Н.В.

(підпис) (прізвище та ініціали)

«01» вересня 2025 р.

Розробник: Ковальова І.О., канд. філол.н., доцент

(прізвище та ініціали, посада, науковий ступінь і вчене звання)

(підпис)

Робочу програму навчальної дисципліни обговорено на засіданні кафедри філософії і суспільних наук

Протокол від «01» вересня 2025 р. № 8

Узгоджено з гарантом освітньої програми:

(підпис)

Шакун Н.В.

(прізвище та ініціали)

1. Загальна інформація про дисципліну.

Тип дисципліни	Вибіркова
Мова викладання	Українська
Рік навчання та семестр	4 рік, 8 семестр ОПП «Аналітика суспільно-політичних процесів», першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Викладач (-і)	Ковальова І.О., к.філол.н., доцент
Профайл викладача (-ів)	https://dfss.stu.cn.ua/kafedra/komanda/kovalova-i-komanda/
Контакти викладача	airinen@stu.cn.ua

2. Анотація курсу. Курс «Зв'язки з громадськістю» призначений для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів за галуззю знань 033 «Філософія». «Зв'язки з громадськістю» – творча навчальна дисципліна, яка передбачає поглиблене вивчення специфіки роботи у різних видах комунікацій. Вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю» допоможе здобувачам сформувати цілісну систему компетентностей щодо формування основних напрямків PR-діяльності (формування іміджу, організація спеціальних подій, лобіювання, управління у кризових умовах, відносини зі ЗМІ)

3. Мета та завдання курсу. Метою дисципліни є формування комплексного уявлення про сутність публік рілейшнз (PR), роль і вплив PR на соціальні, політичні процеси в державі; сприяти оволодінню здобувачами психологічними, етичними, комунікаційними методами створення іміджу.

Завдання курсу:

- ознайомити здобувачів вищої освіти з видами, функціями та принципами public relations;
- вивчити особливості різних напрямів та методів зв'язків з громадськістю;
- закріпити знання та навички створення публісیتی, вибору каналів та методів зв'язків з громадськістю;
- навчити здобувачів вищої освіти планувати бюджет PR-компанії та оцінювати її ефективність;
- набути практичного досвіду створення ефективних презентації та публічних виступів;
- опанувати культуру оратора та вміти розпізнавати помилки спікерів.

Під час вивчення дисципліни ЗВО має набути або розширити загальні компетентності (ЗК) та спеціальні (фахові) (СК), передбачені освітньою програмою:

ЗК3. Здатність до пошуку та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК7. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

СК14. Здатність брати участь в інтелектуальних дискусіях на засадах діалогу, відкритості й толерантності.

4. Результати навчання. Під час вивчення дисципліни ЗВО має досягти або вдосконалити наступні програмні результати навчання (ПРН), передбачені освітньою програмою.

ПРН11. Вміти аналізувати міркування та робити ґрунтовні смислові узагальнення, висновки.

ПРН12. Вміти викладати власні міркування послідовно, логічно, систематично та аргументовано.

У підсумку здобувач вищої освіти повинен **знати**:

- Знати поняття та сутність зв'язків з громадськістю, розуміти функції public relations.
- Характеризувати та застосовувати на практиці методи зв'язків з громадськістю.
- Визначати PR у формуванні іміджу організації, обґрунтовувати вибір каналів та форм здійснення зв'язків з громадськістю.
- Планувати PR-компанії та оцінювати їх ефективність.
- Визначати роль PR у різних сферах суспільного життя, управляти PR у кризових ситуаціях.
- Характеризувати етапи підготовки презентацій, оцінювати їх ефективність, визначати основні помилки оратора, виступати публічно.

ЗВО повинен **вміти**:

- аналізувати інформаційні потоки, робити ґрунтовні смислові узагальнення, висновки, викладати власні міркування послідовно, логічно, систематично та аргументовано.
- використовувати сучасні комунікаційні технології.
- писати пресрелізи, промови, аналітичні матеріали.
- організація пресконференцій, публічних заходів, кризових комунікацій.

- Використання сучасних digital-інструментів у PR (соціальні мережі, блогінг, таргетована реклама).

5. Пререквізити. Передумовою для вивчення дисципліни є базові знання з дисциплін «Фахова українська мова та основи ділової комунікації», «Соціальна філософія», «Політична філософія».

6. Обсяг курсу.

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	20
Практичні заняття	20
Самостійна робота	80
Всього кредитів	4(120)

Форми проведення занять: лекційні, практичні заняття, самостійна робота – з використанням системи дистанційного навчання Moodle, літератури, відеоматеріалів.

7. Тематика курсу.

Змістовий модуль I. Теоретико-методологічні основи соціального інституту паблік-релейшнз

1. Паблік-релейшнз як соціальний інститут: сутність, принципи діяльності, функції

Сутнісні характеристики інституту PR (цілі, предмет, суб'єкти, об'єкти, характер і зміст діяльності, засоби, результати). Підходи до визначення поняття “паблік-релейшнз”. Функції та принципи паблік-релейшнз. Спільне та відмінне між PR та рекламою, маркетингом, журналістикою, пропагандою. Значення PR у сучасному управлінському середовищі.

2. Історичні передумови появи паблік-релейшнз та моделі PR-діяльності.

Історичні умови виникнення паблік-релейшнз. Інституалізація паблік-релейшнз. Аналіз моделей двосторонньої комунікації за Джеймсом Грюнінгом. Особливості паблік-релейшнз за сучасних українських умов.

3. Підрозділ зв'язків з громадськістю у структурі організації

Служба PR у структурі системи управління: основні завдання. Форми роботи PR як підрозділу в організації. Етичні та правові норми PR-діяльності.

4. Поняття цільової громадськості та громадської думки

Поняття “громадська думка”. Стадії формування громадської думки. Закони громадської думки за Хадлі Кентріл. Комунікація і вплив на громадську думку. Методи групування та ідентифікації громадськості. Поняття “цільова громадськість”. Типологія груп громадськості за Дж. Гендріксом та Д. Грунінгом.

Змістовий модуль II. Стратегія і тактика комунікацій з громадськістю

5. Дослідницька та аналітична діяльність у сфері паблік-релейшнз

Аналітична робота та методи оцінки ситуації. Методи дослідницької роботи у сфері PR (соціологічні, спеціальні). Метод Делфі. Розроблення сценарію. “Мозковий штурм”.

6. Планування діяльності у сфері паблік-релейшнз в організації

План PR-програми: • визначення PR-проблеми; • формулювання мети; • визначення цільової громадськості; • визначення комунікаційних каналів для налагодження зв'язків із громадськістю; • визначення і здійснення PR-заходів; • оцінювання результатів PR-кампанії. Особливості елементів PR-плану.

7. Співпраця із засобами масової інформації (ЗМІ)

Створення інформаційного приводу. Робота з основними друкованими та письмовими PR-матеріалами. Організація і проведення спеціальних PR-заходів. Аналіз інформаційних потоків, смислові узагальнення, висновки.

Змістовий модуль III. Особливості паблік-релейшнз для організацій різних сфер діяльності (політична, урядова, бізнесова, громадська, міжнародна)

8. Основні технічні та технологічні інструменти ПР у політичних та виборчих процесах

Зв'язки з громадськістю в політичній сфері: завдання, принципи, технології. Технологія формування політичного іміджу. Інформаційний та ПР-супровід лобістської кампанії.

9. Політичні ПР за кризових умов

Причини виникнення кризових ситуацій. Брудні технології. Методи управління кризовою ситуацією. Комунікація у кризовій ситуації.

10. Паблік-релейшнз у зовнішній політиці: проблеми формування позитивного іміджу країни

Етапи ПР-програми для створення і підтримування позитивного образу країни на міжнародній арені. Методи і засоби ПР у зовнішній політиці. Значення урядових ПР.

Теми лекційних занять

Тема за навчальною програмою дисципліни	Кількість годин
<i>Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи соціального інституту паблік-релейшнз</i>	8
Тема 1. Паблік-релейшнз як соціальний інститут: зміст, принципи діяльності, функції	2
Тема 2. Історичні умови виникнення паблік-релейшнз. Моделі ПР-діяльності	2
Тема 3. Підрозділ зв'язків з громадськістю у структурі організації	2
Тема 4. Поняття цільової громадськості та громадської думки	2
<i>Змістовий модуль 2. Стратегія і тактика комунікацій з громадськістю</i>	6
Тема 5. Дослідницька та аналітична робота у сфері паблік-релейшнз	2
Тема 6. Планування ПР-діяльності організації	2
Тема 7. Співпраця із засобами масової інформації (ЗМІ)	2
<i>Змістовий модуль 3. Особливості паблік-релейшнз для організацій різних сфер діяльності (політична, урядова, бізнесова, громадська, міжнародна)</i>	6
Тема 8. Основні технічні та технологічні засоби ПР у політичному та виборчому процесах	2
Тема 9. Політичні ПР за кризових умов	2
Тема 10. Паблік-релейшнз у зовнішній політиці: проблеми формування позитивного іміджу країни	2
Разом	20

Теми практичних занять

Тема за навчальною програмою дисципліни	Кількість годин
<i>Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи соціального інституту паблік-релейшнз</i>	8
Тема 1. Паблік-релейшнз як соціальний інститут: зміст, принципи діяльності, функції	2
Тема 2. Історичні умови виникнення паблік-релейшнз. Моделі ПР-діяльності	2
Тема 3. Підрозділ зв'язків з громадськістю у структурі організації	2
Тема 4. Поняття цільової громадськості та громадської думки	2
<i>Змістовий модуль 2. Стратегія і тактика комунікацій з громадськістю</i>	6
Тема 5. Дослідницька та аналітична робота у сфері паблік-релейшнз	2
Тема 6. Планування ПР-діяльності організації	2
Тема 7. Співпраця із засобами масової інформації (ЗМІ)	2

Змістовий модуль 3. Особливості паблік-релейшнз для організацій різних сфер діяльності (політична, урядова, бізнесова, громадська, міжнародна)	6
Тема 8. Основні технічні та технологічні засоби ПР у політичному та виборчому процесах	2
Тема 9. Політичні ПР за кризових умов	2
Тема 10. Паблік-релейшнз у зовнішній політиці: проблеми формування позитивного іміджу країни	2
Разом	20

Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Роль зв'язків з громадськістю у формуванні іміджу організації (фірми). 10. Зв'язки з громадськістю як система, їхні структурні елементи.	4
2	Функції системи зв'язків з громадськістю.	4
3	Сутність та основні характеристики цільової аудиторії.	4
4	Фірмовий знак, його сутність і роль у системі зв'язків з громадськістю.	4
5	Канали передачі інформації та їхня роль у системі зв'язків з громадськістю.	4
6	Сутність та основні характеристики звернення як елемента системи зв'язків з громадськістю.	4
7	Прямий і зворотний зв'язок фірми з цільовою аудиторією.	4
Разом за змістовим модулем 1		28
8	Інформаційні технології та їхня роль у системі зв'язків з громадськістю.	4
9	Сутність і необхідність організаційних форм управління зв'язками з громадськістю.	5
10	Організація служби зв'язків з громадськістю в простій системі управління.	4
11	Основні напрями діяльності спеціалістів служби зв'язків з громадськістю.	4
12	Об'єктивна і суб'єктивна зумовленість необхідності планування зв'язків з громадськістю.	4
13	Види планів зв'язків з громадськістю, їхній зміст та основні характеристики.	4
14	Довгостроковий (стратегічний) план зв'язків з громадськістю та його складові. Оперативний план зв'язків з громадськістю, його зміст і роль у діяльності фірми (організації).	4
Разом за змістовим модулем 2		29
15	Засоби комунікації, якими користується політична система.	4
16	Функції політичної системи.	4
17	Сутність і характеристика сучасних політичних сил України, роль зв'язків з громадськістю у їхній діяльності.	5

18	Вибірчі технології як найважливіша складова політичних зв'язків з громадськістю.	5
19	Роль зв'язків з громадськістю в організації та проведенні виборчих кампаній. Роль системи зв'язків з громадськістю у формуванні політичної свідомості українського суспільства. Сутність та основні складові системи міжнародних зв'язків з громадськістю.	5
Разом за змістовим модулем 3		23
Усього		80

8. Система оцінювання та вимоги

Загальна система оцінювання курсу	Оцінювання знань ЗВО здійснюється за 100-бальною шкалою з подальшим переведенням у національну шкалу (шкалу Університету) та шкалу ECTS, відповідно до «Положення про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів вищої освіти Національного університету “Чернігівська політехніка”» https://stu.cn.ua/wp-content/stu-media/normobaza/normdoc/norm-osvitproces/plozhennya-pro-potochne-ta-pidsumkove-oczinyuvannya-znan-zdobuvachiv-vo.pdf. Поточний контроль проводиться шляхом спілкування із здобувачами вищої освіти під час лекцій, семінарських занять, усного та письмового опитувань здобувачів вищої освіти, оцінювання результатів неформальної освіти та виконання самостійної роботи. Поточний контроль – до 85 балів (серед яких есе – 10 балів), підсумковий контроль – до 15 балів, які сумуються в загальну оцінку за курс. Семестровий контроль проводиться у формі диференційованого заліку відповідно до графіку навчального процесу згідно із затвердженим розкладом. Для складання існують білети. Білети складаються з трьох питань (1 та 2 теоретичні питання – до 5 балів, 3 теоретичне питання – до 5 балів). У 5 б. оцінюється відповідь на питання, яка є повною, її зміст відповідає сутності поставленого питання. У 4 б. оцінюється відповідь на питання, яка є повною, її зміст відповідає сутності поставленого питання (допускаючи при цьому 1-2 незначні помилки). 3 б. – відповідь правильна, послідовна, логічна, але ЗВО допускає у викладі окремі незначні пропуски фактичного матеріалу; 2 б. ЗВО володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, нечітко, а інколи й неправильно формулює основні теоретичні положення; 1 б. ЗВО виявляє незнання більшої частини фактичного матеріалу; відповідь не розкриває поставлених запитань чи завдань; допускає грубі помилки; 0 балів – ставиться коли відповідь на питання є повністю неправильною.
	Практичні заняття За кожне виконане завдання здобувач вищої освіти отримує певну кількість балів з урахуванням максимальної кількості

	балів. Здобувач вищої освіти за роботу на практичних заняттях змістовних модулів може отримати до 7 (8) балів. Загальна максимальна кількість балів за семінарські заняття – 85. У 7(8) балів оцінюється відповідь на питання, яка є повною, її зміст відповідає сутності поставленого питання (допускаючи при цьому 1-2 незначні помилки). 5-6 балів – відповідь правильна, послідовна, логічна, але ЗВО допускає у викладі окремі незначні пропуски фактичного матеріалу; 3-4 бали ЗВО володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, нечітко, а інколи й неправильно формулює основні теоретичні положення; 1-2 бали ЗВО виявляє незнання більшої частини фактичного матеріалу; відповідь не розкриває поставлених запитань чи завдань; допускає грубі помилки; 0 балів – ставиться коли відповідь на питання є повністю неправильною. Есе – це самостійна творча робота із запропонованої викладачем переліку тем для самостійного вибору здобувачами вищої освіти та виконується як позааудиторна робота. Завдяки есе перевіряється рівень самостійного мислення здобувача вищої освіти, його вміння обробляти та аналізувати матеріал, робити узагальнюючі висновки, практично застосовувати знання, здобуті в процесі навчання. Есе не може бути викладом чи переказуванням чужих думок, адже має відображати власну авторську позицію. Власну думку здобувач вищої освіти аргументує шляхом викладу аргументів, підбору прикладів, аналогій, проведення паралелей. Загальна максимальна кількість балів за есе – 10. Критерії оцінювання есе: 9-10 балів – матеріал викладений логічно, використані джерела, щоб повно розкрити сутність питання, у тексті роботи є посилання на джерела, висновки аргументовані і обґрунтовані; 6-8 балів – матеріал викладений логічно, використані деякі джерела, щоб розкрити сутність питання, у тексті роботи є посилання на джерела, висновки недостатньо аргументовані і обґрунтовані; 3-5 балів – матеріал викладений недостатньо повно, індивідуальна робота не достатньо аргументована, обґрунтована та/або не стосується усіх поставлених завдань, у тексті роботи є деякі посилання на джерела; 0-2 бали – викладений матеріал неповний, індивідуальна робота не є структурованою, у тексті роботи немає посилань на джерела, висновки поверхневі або відсутні. Такий вид роботи кожен студент може виконати один раз протягом семестру. Оцінювання успішності ЗВО під час семестрового контролю вноситься у відомість успішності та навчальну картку здобувача вищої освіти в автоматизованій системі управління – АСУ «ВНЗ».
Умови допуску до підсумкового контролю	До підсумкового контролю допускаються ЗВО, які виконали всі обов'язкові види робіт та мають підсумкову

	оцінку від 45 балів і більше. Підсумковий контроль (залік) оцінюється максимально в 15 балів. У випадку, якщо ЗВО протягом семестру не виконав у повному обсязі передбачених робочою програмою навчальної дисципліни всіх видів навчальної роботи, має більше 30% пропусків навчальних занять (без поважних причин) від загального обсягу аудиторних годин відповідної навчальної дисципліни або не набрав мінімально необхідну кількість балів (тобто кількість балів, яка сумарно з максимально можливою кількістю балів, які ЗВО може отримати під час семестрового контролю не дозволить отримати підсумкову оцінку «задовільно – Е, 60 балів»), (45 балів), то він не допускається до складання диференційованого заліку під час семестрового контролю, але має право ліквідувати академічну заборгованість. На ліквідацію академічної заборгованості виноситься весь обсяг теоретичного матеріалу, що передбачений робочою програмою навчальної дисципліни. Академічна заборгованість повинна бути ліквідована до атестації здобувача вищої освіти, а у випадку коли заборгованість виникла з дисципліни, знання, уміння та навички з якої, відповідно до структурно-логічної схеми підготовки фахівця, потрібні для вивчення навчальних дисциплін наступного семестру, то така заборгованість повинна бути ліквідована до початку нового семестру. Академічна заборгованість ліквідується здобувачами вищої освіти протягом наступних семестрів згідно з розкладами ліквідації академзаборгованості, що затверджуються директором ННІ за поданням відповідних кафедр. Результати ліквідації академзаборгованості відображаються в ліквідаційній відомості успішності.
--	---

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Модуль за тематичним планом дисципліни та форма контролю		Кількість балів
Змістовий модуль 1. Теоретико-методологічні основи соціального інституту публік-релейшнз		0..28
1	Робота на 1 практичному занятті	0..7
2	Робота на 2 практичному занятті	0..7
3	Робота на 3 практичному занятті	0..7
4	Робота на 4 практичному занятті	0..7
Змістовий модуль 2. Стратегія і тактика комунікацій з громадськістю		0..23
5	Робота на 5 практичному занятті	0..7
6	Робота на 6 практичному занятті	0..8
7	Робота на 7 практичному занятті	0..8
Змістовий модуль 3. Особливості публік-релейшнз для організацій різних сфер діяльності (політична, урядова, бізнесова, громадська, міжнародна)		0..24
8	Робота на 8 практичному занятті	0..8

9	Робота на 9 практичному занятті	0..8
10	Робота на 10 практичному занятті	0..8
Усього поточний і проміжний модульний контроль		0..75
Написання есе		0..10
Семестровий контроль (диференційований залік)		0..15
Разом		0...100

Шкала оцінювання результатів навчання

Оцінка в балах	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою (диференційований залік)	
		для екзамену (диференційованого заліку), курсового проєкту (роботи), практики, атестації	залік
90 – 100	A (відмінно)	Відмінно	зараховано
82-89	B (дуже добре)	Добре	
75-81	C (добре)		
66-74	D (задовільно)	задовільно	
60-65	E (достатньо)		
0-59	FX (незадовільно)	незадовільно з можливістю повторного складання	незараховано з можливістю повторного складання

9. Обладнання та програмне забезпечення. Для проведення лекційних та семінарських (практичних) занять можуть використовуватися мультимедійний проектор, ноутбук, система відеоконференцз'язку Microsoft Teams (для дистанційного або змішаного навчання), навчальна платформа Moodle.

10. Політики курсу.

У випадку, якщо здобувач протягом семестру не виконав у повному обсязі всіх видів навчальної роботи, має невідпрацьовані лабораторні роботи або не набрав мінімально необхідну кількість балів (45), він не допускається до складання диференційованого заліку під час семестрового контролю, але має право ліквідувати академічну заборгованість у порядку, передбаченому [«Положенням про поточне та підсумкове оцінювання знань здобувачів НУ «Чернігівська політехніка»»](#). Повторне складання диференційованого заліку з метою підвищення позитивної оцінки не дозволяється. У випадку повторного складання заліку всі набрані протягом семестру бали анулюються, а повторний диференційований залік складається у вигляді спілкування по питанням.

До загальної політики курсу відноситься дотримання принципів відвідування занять у відповідності до затвердженого розкладу, а також вільного відвідування лекційних занять для осіб, які отримали на це дозвіл відповідно до [«Порядку надання дозволу на вільне відвідування занять здобувачам вищої освіти НУ «Чернігівська політехніка»»](#). Запорукою успішного вивчення дисципліни є активність та залучення під час проведення семінарських/практичних та лекційних занять – відповіді на запитання викладача (як один з елементів поточного контролю), задавання питань для уточнення незрозумілих моментів, вирішення практичних завдань. Консультації відбуваються в аудиторіях університету у відповідності до

затвердженого розкладу або ж особистих чи групових консультацій (через вбудований форум) на сторінці курсу в системі дистанційного навчання НУ «Чернігівська політехніка».

Політика користування ноутбуками / смартфонами

Прохання до здобувачів тримати смартфони переведеними у беззвучний режим протягом лекційних та семінарських (практичних) занять, так як дзвінки, переписки та спілкування у соціальних мережах відволікають від проведення занять як викладача, так й інших здобувачів. Ноутбуки, планшети та смартфони не можуть використовуватися в аудиторіях під час занять та під час проведення підсумкового контролю (за виключенням проходження тестового контролю в системі Moodle). Політика заохочень та стягнень За результатами навчальної, наукової або організаційної діяльності здобувачів вищої освіти за курсом їм можуть нараховуватися додаткові бали – до 15 балів, у залежності від вагомості досягнень. Види позанавчальної діяльності, за якими здобувачі вищої освіти заохочуються додатковою кількістю балів: участь у міжнародних проектах, наукові дослідження, тези, участь у науково-практичних конференціях, винаходи, патенти, авторські свідоцтва за напрямами курсу.

Політика академічної доброчесності

Академічна доброчесність повинна бути забезпечена під час проходження даного курсу, зокрема при виконанні контрольних (КР) (принципи описані у [Кодексі академічної доброчесності НУ «Чернігівська політехніка»](#)). Списування під час проміжного та підсумкового контролів, виконання практичних завдань на замовлення, підказки вважаються проявами академічної недоброчесності. Від усіх слухачів курсу очікується дотримання академічної доброчесності у зазначених вище моментах. До здобувачів вищої освіти, у яких було виявлено порушення академічної доброчесності, застосовуються різноманітні дисциплінарні заходи (включаючи повторне проходження певних етапів).

Правила перезарахування кредитів

Кредити, отримані в інших закладах вищої освіти, а також результати навчання у неформальній та/або інформальній освіті, можуть бути перезараховані викладачем у відповідності до положення [«Порядок визначення академічної різниці та перезарахування навчальних дисциплін у НУ «Чернігівська політехніка»](#)». Визнання результатів навчання у неформальній освіті розповсюджується на окремі змістові модулі (теми) навчальної дисципліни.

11. Рекомендована література.

Основна.

1. Андрійчук М. Т., Андрійчук Т.С. Взаємодія мас-медіа та органів державної влади : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського : Політехніка, 2022. 114 с.
2. Березенко В. В. Реклама в умовах діджиталізації: українські реалії : монографія. Запоріжжя : Запорізь. нац. ун-т, 2021. 175 с.
3. Бойчук І. В., Басій Н. Ф. Етика в рекламній та PR-діяльності : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2020. 203 с.
4. Міжнародний маркетинг : навч. посіб. Київ : НАУ, 2021. 162 с.
5. Примак, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 202 с.
6. Сухицька, Н. В. Теорія і практика зв'язків із громадськістю : курс лекцій : навч. посіб. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2021. 382 с.
7. Управління рекламними проектами : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. 247 с.

Допоміжна.

1. Головатий М.Ф. Соціальна політика і соціальна робота: термінологічнопонятійний словник. Київ : МАУП. 2005. 506 с.
2. Кияниця Є. О. Зв'язки бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону : монографія. Київ : Ліра-К, 2020. 179 с.

3. Молчанова Ю. В. Маркетингові комунікації : навч. посіб. Одеса : ОДАБА, 2019. 199 с.
4. Приходько Д. О. Маркетинг : навч. посіб. для студентів екон. спец. закл. вищ. освіти. Харків : Бровін О. В. [вид.], 2019. 239 с.
5. Реклама та PR на виставках і ярмарках. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2021. 82 с. 6. Річ Лі Міфи про PR. Харків : Фабула. 2020. 272 с.
6. Світвуд А. Маркетингова аналітика. Як підкріпити інтуїцію даними. Київ : Наш формат, 2019. 150 с.
7. Свобода інформації : навч. посіб. для державних службовців. Київ : Тютюкін, 2021. 128 с.
8. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 363 с.
9. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу : монографія. Тернопіль : Бескиди, 2020. 179 с.

Інформаційні ресурси.

1. Інтернет-ресурс про PR в Україні та світі для експертів у сфері бізнесу й комунікацій : веб-сайт. URL : <http://propr.com.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).
2. Інтернет-ресурс про PR, маркетинг та рекламу в Україні. URL : <https://mmr.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
3. Портал для фахівців у сфері комунікацій : веб-сайт. URL : <http://prportal.com.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).
4. Портал Міжнародної виставки реклами, маркетингу та мас-медіа REX. URL : <https://rex.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
5. Ресурс з маркетингу, реклами та PR : веб-сайт. URL : <https://sostav.ua/> (дата звернення: 27.07.2022).
6. Ресурс про креативні індустрії України та світу : веб-сайт. URL : <https://creativity.ua/> (дата звернення: 27.07.2022). Політика вивчення освітньої компоненти.
7. Система дистанційного навчання moodle НУ «Чернігівська політехніка». Курс «Зв'язки з громадськістю». URL: <https://eln.stu.cn.ua/course/view.php?id=8653>