

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ**  
**КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**  
**Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю**

**“ЗАТВЕРДЖУЮ”**

Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи



О.Б.Жильцов  
2015 року

“ \_\_\_\_\_ ”

**РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА**  
**PR ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА**  
**МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

напряом 6.030302 реклама і зв'язки з громадськістю

Гуманітарний інститут

**2014-2015рік**


Робоча програма “ **PR органів державної влади та місцевого самоврядування**” для студентів за напрямом підготовки 6.030302 реклама і зв'язки з громадськістю, галузі знань 0303 журналістика та інформація. 2015 року. – 31 с.

Розробники: **Курбан О.В.**, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від “06” лютого 2015 року № 7

Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

 (Горбенко Г. В.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Структура програми типова

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи

 (О.В. Єременко)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Схвалено Вченою радою Гуманітарного інституту

Протокол від “10” березня 2015 року № 6

Вчений секретар  (Т.Л.Видайчук)  
(підпис) (прізвище та ініціали)



**ЗМІСТ**

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	6
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	8
Змістовий модуль 1.	8
Змістовий модуль 2.	8
IV. Навчально-методична карта дисципліни	10
V. Плани семінарських занять	11
VI. Завдання для самостійної роботи	17
VII. Індивідуальне навчальне завдання	19
VIII. Система поточного та підсумкового контролю	20
IX. Методи навчання	22
X. Методичне забезпечення курсу	22
XI. Питання до екзамену	23
XII. Рекомендована література	26

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "PR органів державної влади та місцевого самоврядування" є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності реклама та зв'язки з громадськістю, відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни "PR органів державної влади та місцевого самоврядування", необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Курс "PR органів державної влади та місцевого самоврядування" покликаний сформувати системні знання та базові навички розбудови комунікаційної співпраці між органами державної влади та громадськістю.

Головне завдання курсу полягає у здобутті знань в питаннях нормативно-правового забезпечення, інформаційне супроводження та технологічного налагодження процесів взаємодії органів державної влади із ЗМІ, громадськими об'єднаннями та окремими соціальними групами.

Завданнями курсу є :

- Ознайомитися із структурою сучасної системи державної влади в Україні.
- Вивчити структуру профільного українського законодавства (органи державної влади)
- Навчитися моделювати та практично запроваджувати інформаційну інфраструктуру органів державної влади

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:** базову структуру органів державної влади в Україні та їх інформаційну інфраструктуру; **вміти:** розбудовувати системні інформаційно-комунікаційні зв'язки в форматі співпраці «влада-суспільство».

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 108 год., із них 16 год. – лекції, 4 год. – семінарські заняття, 8 год. - практичні заняття 4 год. – індивідуальна робота, 4 год. – модульний контроль, 36 год. – самостійна робота, семестровий контроль – 36 год.

Вивчення студентами навчальної дисципліни "PR органів державної влади та місцевого самоврядування" завершується складанням іспиту.

## СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: національна правова система, профільне законодавство, термінологічний апарат в галузі права, правила та принципи застосування профільних нормативно-правових актів.

Курс:	Напря́м, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: 3 кредити</p> <p>Змістові модулі: 2 модулі</p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): 108 годин</p> <p>Тижневих годин: 4 години</p>	<p>Шифр та назва галузі знань</p> <p>0303 журналістика та інформація</p> <p>Шифр та назва напрямку: напря́м 6.030302 реклама і зв'язки з громадськістю</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень "бакалавр"</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 1.</p> <p>Семестр: 2.</p> <p>Аудиторні заняття: 32 години, з них: Лекції (теоретична підготовка): 16 годин Семінарські заняття: 4 годин Практичні заняття: 8 годин</p> <p>Індивідуальна робота: 4 годин Самостійна робота – 36 годин</p> <p>Модульні контрольні роботи: 4 години</p> <p>Вид контролю: <u>екзамен: 36 годин</u></p>

## II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин								
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семинарських	Індивідуальна	Самостійна	Підсумковий контроль	
Змістовий модуль I.										
<b>СИСТЕМА ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ</b>										
1	Структура та принципи функціонування сучасних інститутів влади в Україні	10	6	2	2		2	4		
2	Правове забезпечення інформаційної політики органів державної влади	10	4	2		2		6		
3	Інформаційне поле органів державної влади	8	4	2	2			4		
	<b>Модульна контрольні робота</b>	<b>2</b>							<b>2</b>	
	Разом	30	14	6	4	2	2	14	2	
Змістовий модуль II.										
<b>ПРАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ РОЗБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ</b>										
4	Структура та функції підрозділів по роботі з громадськістю та ЗМІ в системі державної влади	8	4	2	2			4		
5	Діагностика та моделювання інформаційно-комунікаційних процесів органів державної влади	18	8	4		2	2	10		
6	Інформаційно-комунікаційні технології в контексті інформаційної політики органів влади	14	6	4	2			8		
	<b>Модульна контрольні робота</b>	<b>2</b>							<b>2</b>	
	Разом	42	18	10	4	2	2	22	2	
	Семестровий контроль	36							36	
	<b>Разом за навчальним планом</b>	<b>108</b>	<b>32</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>36</b>	<b>4/36</b>	

### **III. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

#### *Змістовий модуль 1.*

### **СИСТЕМА ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ**

#### **Тема 1. Структура та принципи функціонування сучасних інститутів влади в Україні (2 год.)**

Історія розвитку та становлення системи органів державної влади в Україні. Структура та базові складові сучасної системи влади в Україні. Сучасна українська політична система та її змістовна характеристика. Законодавча влада в Україні. Виконавча влада в Україні. Судова влада.

#### **Практичне 1. СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА СИСТЕМА ВЛАДИ (2 год.).**

#### **Тема 2. Правове забезпечення інформаційної політики органів державної влади (2 год.)**

Три рівні правової системи в Україні. Гілки влади в українському суспільстві. Профільні статті в галузі реклами та зв'язків з громадськістю у Конституції України. Закони України парафійовані міжнародні нормативно-правові акти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю. Підзаконні акти в галузі реклами та зв'язків з громадськістю.

#### **Семінар 2. УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА ПРАВОВА МОДЕЛЬ (2 год.).**

#### **Тема 3. Інформаційне поле органів державної влади (2 год.)**

Інформаційне суспільство сучасної України. Органи державної влади в структурі сучасного інформаційного суспільства. Інформаційне поле: структура та змістовні характеристики. Інформаційне поле українських органів державної влади. Інформаційна взаємодія та цільові групи органів державної влади в Україні.

#### **Практичне 3. ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ (2 год.).**

#### *Змістовий модуль 2.*

### **ПРАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ РОЗБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ**

#### **Тема 4. Структура та функції підрозділів по роботі з громадськістю та ЗМІ в системі державної влади (2 год.)**

Структура та загальні параметри карти інформаційного поля органів державної влади. Базова модель підрозділу по роботі з громадськістю та ЗМІ. Типові правила та положення про роботу прес-служби. Прес-секретар: вимоги



та обов'язки. Аналітична робота. Взаємодія зі ЗМІ. Підтримка та розбудова внутрішніх комунікацій.

**Практичне 4.** ПРЕС-СЛУЖБА: СТРУКТУРА ТА ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ (2 год.).

**Тема 5.** Діагностика та моделювання інформаційно-комунікаційних процесів органів державної влади (4 год.)

Система аналізу та планування роботи прес-служби. Глибинна аналітика (соціологічні та маркетингові дослідження). Моніторинг ЗМІ, як засіб оперативної аналітики. Прес-кліпінг: зміст та принципи. Методи контент-аналізу. Комунікаційна концепція. Комунікаційна стратегія. Комунікаційна тактика. Календарне планування роботи.

**Семінар 5.** АНАЛІЗ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ (2 год.)

**Тема 6.** Інформаційно-комунікаційні технології в контексті інформаційної політики органів влади (4 год.)

Динамічна комунікаційна модель. Статична комунікаційна модель. Публічний захід. Інформаційно-комунікаційна кампанія. Прес-конференція. Брифінг. Прес-тур. Круглі столи. Комплексні публічні заходи та інформаційно-комунікаційні кампанії.

**Практичне 6.** ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОБОТИ ПРЕС-СЛУЖБИ (2 год.)

## IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ " PR ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ"

Разом: 108 год., лекції – 16 год., семінарські заняття – 4 год., практичне – 8 год., індивідуальна  
робота – 4 год., самостійна робота - 36 , іспит.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI
Модулі	Змістовий модуль I					Змістовий модуль II					
Назва модуля	СИСТЕМА ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ					ПРАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ РОЗБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ					
Кількість балів за модуль	87 балів					107 бали					
Лекції	4 б.					4б.					
Теми лекцій	Структура та принципи функціонування сучасних інститутів влади в Україні 1б.		Правове забезпечення інформаційної політики органів державної влади 2б.		Інформаційне поле органів державної влади 1б.	Структура та функції підрозділів по роботі з громадськістю та ЗМІ в системі державної влади 1б.		Діагностика та моделювання інформаційно-комунікаційних процесів органів державної влади 2б.		Інформаційно-комунікаційні технології в контексті інформаційної політики органів влади 1б.	
Теми семінарських та практичних занять	Сучасна українська система влади 11б.		Українська національна правова модель 11б.		Інформаційна політика сучасної української влади 1б.	Прес-служба: структура та принципи функціонування 11б.		Аналіз комунікаційних процесів 11б.		Прикладні аспекти роботи прес-служби 11б.	
Самостійна робота	5				20 (есе)	5		5		5	
ІНДЗ						30 балів (2 модуль)					
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)					Модульна контрольна робота 2 (25 балів)					
Підсумковий контроль	Іспит (40 балів)										

## V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ТА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовий модуль 1.

### СИСТЕМА ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

#### Практичне 1.

#### СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА СИСТЕМА ВЛАДИ

1. Історія розвитку та становлення інституту влади в Україні.
2. Сучасна політична система в Україні.
3. Структура сучасної державної влади в Україні.
4. Українська влада та українське суспільство

#### Основна література:

##### **Нормативно-правові акти:**

1. «Конституція України» від 28 червня 1996 р.
2. Закон України «про порядок висвітлення діяльності органів влади та органи місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» від 23 вересня 1997 р. №539/97-ВР

##### **Навчально-методична література:**

1. Бебик В.М. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування / Бебик В.М. – К.: МАУП 2003. - 178 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
3. Гажуров Ю.С. Парламент України в політичній комунікації / Ю.С. Гажуров. – К.: Україна, 2007. - 352 с.
4. Дніпренко Н.К. Комунікація, демократичні стандарти в роботі органів державної влади: [навчальний посібник для держслужбовців] / Н.К. Дніпренко, Н.В. Окша, Т.С. Андрійчук, Г.І. Зоценко, А.А. Леонтева. – К.: Вістка, 2008. - 164 с.
5. Королько В.Г. Основи паблік рілейшнз: [посібник] / В.Г. Королько. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 334 с.
6. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – 381 с.
7. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 1998. – 352 с.
8. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.

**Семінар 2.****УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА ПРАВОВА МОДЕЛЬ**

1. Історія розвитку та становлення правового поля в Україні.
2. Структура та загальна характеристика сучасного правового поля в Україні.
3. Структура та загальна характеристика профільного правового поля.
4. Практичні аспекти застосування правових інструментів в сфері реклами та зв'язків з громадськістю.

Основна література:**Нормативно-правові акти:**

1. «Конституція України» від 28 червня 1996 р.
2. «Цивільний кодекс України» від 16 січня 2003 р. №435-IV
2. «Кримінальний кодекс України» від 5 квітня 2001 р. №2341-111
3. «Кодекс України про адміністративні правопорушення» від 7 грудня 1984 р. №8073-X
4. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 р. № 270/96 ВР
5. Закон України «Про інформацію» від 02.10.92 р. №2657-XII

**Навчально-методична література:**

6. Журавський В.С. Державне будівництво та місцеве самоврядування в Україні / В.С. Журавський, В.О. Серьогін, О.Н. Ярмиш. – К.: «Ін Юре», 2003. – 672 с.
7. Журавський В.С. Україна на шляху до інформаційного суспільства / В.С. Журавський, М.К. Родіонов, І.Б.Жиляєв. – К.: Політехніка, 2004. – 484 с.
8. Ерышев А.А. История политических и правовых учений: учебное пособие / А.А. Ерышев. – К.: МАУП, 2002. – 152 с.
10. Інформаційне законодавство України / [упорядники Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 414 с.
11. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні / за заг. ред. Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж. – К.: Юридична думка, 2006. – 384 с.
12. Словничок юридичних термінів: навчальний посібник / уклад. В.П. Марчук. – К.: МАУП. – 128 с.

**Практичне 3.****ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ВЛАДИ**

1. Структура та загальна характеристика сучасного інформаційного суспільства в Україні.
2. Українська влада, як частина сучасного інформаційного суспільства.
3. Інформаційне поле сучасних українських органів влади.
4. Цільова орієнтація інформаційної політики органів державної влади.

Основна література:

1. Бебик В.М. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування / Бебик В.М. – К.: МАУП 2003. - 178 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
3. Гажуров Ю.С. Парламент України в політичній комунікації / Ю.С. Гажуров. – К.: Україна, 2007. - 352 с.
4. Дніпренко Н.К. Комунікація, демократичні стандарти в роботі органів державної влади: [навчальний посібник для держслужбовців] / Н.К. Дніпренко, Н.В. Окша, Т.С. Андрійчук, Г.І. Зоценко, А.А. Леонтева. – К.: Вістка, 2008. - 164 с.
5. Королько В.Г. Основи паблік рілейшнз: [посібник] / В.Г. Королько. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 334 с.
6. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – 381 с.
7. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 1998. – 352 с.
8. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.

## Змістовий модуль 2.

**ПРАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ РОЗБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ****Практичне 4.****ПРЕС-СЛУЖБА: СТРУКТУРА ТА ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ**

1. Карта інформаційного поля: структура та принципи складання.
2. Структура та функціональні аспекти роботи прес-служби.
3. Прес-секретар: функціональні обов'язки та принципи роботи
4. Прес-служба в форматі роботи держструктури.

Основна література:

1. Бебик В.М. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування / Бебик В.М. – К.: МАУП 2003. - 178 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.

3. Королько В.Г. Основи публік релішнз: [посібник] / В.Г. Королько. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 334 с.
4. Курбан А. Пресс-служба в структуре организации / А.Курбан // М.А.Де.- 2001. - №2. - С. 28-31.

### **Семінар 5.**

#### **АНАЛІЗ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

1. Засоби та методи глибинної аналітики соціокомунікативних процесів.
2. Первинна аналітика в роботі прес-служби.
3. Моніторинг ЗМІ: структура та зміст роботи.
4. Контент-аналіз матеріалів ЗМІ.

#### Основна література:

1. Бебик В.М. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування / Бебик В.М. – К.: МАУП 2003. - 178 с.
2. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік релішнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
3. Катвалюк А.Л. Социальные технологии / А.Л. Катвалюк. – Тернополь: Економічна думка, 2001. – 284 с.
4. Колин К.К. Социальная информатика: [учебное пособие] / К.К. Колин. – М.: Фонд «Мир», 2003. – 432 с.
5. Курбан А. Роза – PR – аудит: как просчитать уровень публичности компании и построить систему комплексного PR / А.Курбан // М.А.Де. - 2003. - №6. - С. 106-109.
6. Курбан А. Эффективная пресс-служба: структура и функции / А.Курбан // PR-менеджер. - 2006.- №8.- С.27-35.
7. Курбан А. Муниципальный PR: концепция и типовая матрица / А.Курбан // PR-менеджер. - 2006.- №7.- С.24-29.
8. Курбан А. PR-аудит – комплексная система оценки репутации / А.Курбан // PR-менеджер. – 2006. - №6. – С. 48-53.
9. Курбан А. Методика оценки социальных корпоративных показателей / А.Курбан // PR-менеджер. - 2007.- №12.- С.22-31.
- 10.Курбан А. Методика оценки публичной стоимости / А.Курбан // PR-менеджер. - 2007.- №10.- С.43-45.
- 11.Курбан А. Математика и механизмы построения эффективного PR / А.Курбан // PR-менеджер. - 2008.- №7.- С.32-36.

12. Курбан А.В. Социальный аудит как инструмент оптимизации процессов в системе социальной корпоративной ответственности / А.Курбан // Маркетинг и реклама. – 2008. - №11. – С. 35-44.
13. Курбан О.В. До питання про технології діагностування та моделювання соціокомунікативних процесів / О. В. Курбан // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2009. – Випуск ХХІІІ. – С. 54-60.
14. Паниотто В.И. Количественные методы в социологических исследованиях / В.И. Паниотто, В.С. Максименко. – К.: Наукова думка, 1982. - 272 с.
15. Ротовский А.А. Системный PR / А.А. Ротовский. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. - 256 с.

### **ПЛАНУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

1. Комунікаційна концепція: структура та функціональні аспекти.
2. Комунікаційна стратегія та тактика роботи.
3. Поточне та календарне планування роботи прес-служби.
4. Розробка та реалізація публічних акцій та інформаційно-комунікаційних кампаній.

#### Основна література:

1. Бебик В.М. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування / Бебик В.М. – К.: МАУП 2003. - 178 с.
2. Курбан А. Эффективная пресс-служба: структура и функции / А.Курбан // PR-менеджер. - 2006.- №8.- С.27-35.
3. Курбан А. Муниципальный PR: концепция и типовая матрица / А.Курбан // PR-менеджер. - 2006.- №7.- С.24-29.
4. Курбан А. PR-аудит – комплексная система оценки репутации / А.Курбан // PR-менеджер. – 2006. - №6. – С. 48-53.
5. Курбан А. Математика и механизмы построения эффективного PR / А.Курбан // PR-менеджер. - 2008.- №7.- С.32-36.
6. Курбан О.В. До питання про технології діагностування та моделювання соціокомунікативних процесів / О. В. Курбан // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2009. – Випуск ХХІІІ. – С. 54-60.

7. Ротовский А.А. Системный PR / А.А. Ротовский. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. - 256 с.

### **Практичне 6.**

#### **ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОБОТИ ПРЕС-СЛУЖБИ**

1. Організація та проведення прес-конференцій та брифінгів.
2. базові принципи та положення медіа-політики.
3. Регулярні та тематичні заходи.
4. Інтегровані комунікаційні технології.

#### Основна література:

1. Бебик В.М. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування / Бебик В.М. – К.: МАУП 2003. - 178 с.
2. Курбан А. Эффективная пресс-служба: структура и функции / А.Курбан // PR-менеджер. - 2006.- №8.- С.27-35.
3. Курбан А. Муниципальный PR: концепция и типовая матрица / А.Курбан // PR-менеджер. - 2006.- №7.- С.24-29.
4. Ротовский А.А. Системный PR / А.А. Ротовский. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. - 256 с.



## **VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

### **Змістовий модуль I.**

#### **Тема 1-3. СИСТЕМА ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ – 14 год.**

1. Скласти хронологічну таблицю ключових етапів розвитку владних інституцій в контексті історії України – 4 год.
2. Зробити порівняльну характеристику політичної системи України та ЄС – 4 год.
3. Оцінити переваги та недоліки сучасної системи влади в Україні – 4 год.
4. Скласти карту правового поля сучасної української влади – 2 год.

### **Змістовий модуль II.**

#### **Теми 4-6. ПРАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ РОЗБУДОВИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОЛЯ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ – 22 год.**

1. Скласти базову карту інформаційного поля для органів державної влади в Україні – 5 год.
2. Розробити базову модель підрозділу по роботі з громадськістю та ЗМІ – 6 год.
3. Зробити базову схему проведення первинного аналітичного дослідження – 5 год.
4. Підготувати типову схему проведення публічного заходу – 6 год.

**КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА**

<b>Змістовий модуль та теми курсу</b>	<b>Академічний контроль</b>	<b>Бали</b>	<b>Термін виконання (тижні)</b>
<b>Змістовий модуль I. Сучасні правові системи в форматі розвитку соціальних комунікативних процесів</b>			
Тема 1. Структура та принципи функціонування сучасних інститутів влади в Україні	Індивідуальне заняття, семінарське заняття	5	I-II
Тема 2. Правове забезпечення інформаційної політики органів державної влади	Індивідуальне заняття, семінарське заняття	5	III - IV
Тема 3. Інформаційне поле органів державної влади. Есе.	Есе, модульний контроль, іспит	20	V -VI
<b>Змістовий модуль II. Правове поле сучасної практики реклами та пр в Україні</b>			
Тема 4. Структура та функції підрозділів по роботі з громадськістю та ЗМІ в системі державної влади	Індивідуальне заняття, іспит	5	VII
Тема 5. Діагностика та моделювання інформаційно-комунікаційних процесів органів державної влади	Індивідуальне заняття, іспит	5	VIII- IX
Тема 6. Інформаційно-комунікаційні технології в контексті інформаційної політики органів влади	Семінарське заняття, модульний контроль, іспит	5	X-XI
<i>Разом: 36 год.</i>		<i>Разом: 45 балів</i>	

## VII. ІНДИВІДУАЛЬНА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНА РОБОТА

Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ) з курсу "PR органів державної влади" – це вид науково-дослідної роботи студентів, яка містить результати дослідницького пошуку, відображає певний рівень його навчальної компетентності.

**Мета ІНДЗ:** систематизація, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань із навчального курсу, удосконалення навичок самостійної навчально-пізнавальної діяльності.

**Зміст ІНДЗ:** завершена практична робота у межах навчальної програми курсу, яка виконується на основі знань, умінь та навичок, отриманих під час лекційних та семінарських занять і охоплює декілька тем або весь зміст навчального курсу.

**Вид ІНДЗ, вимоги до нього та оцінювання:** комунікаційний аналіз соціальних процесів (30 балів).

### Критерії оцінювання ІНДЗ

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1.	Ідентифікація комунікаційного процесу	3 бали
2.	Оцінка ефективності комунікаційного процесу	4 бали
3.	Аналіз структури комунікаційного процесу	5 балів
4.	Оцінка ефективності складових частин комунікаційного процесу	5 бали
5.	Аудит інформаційного поля досліджуваного об'єкту	9 бали
6.	Моделювання соціального комунікаційного процесу	4 бали
<b>Разом</b>		<b>30 балів</b>

Оцінка з ІНДЗ є обов'язковим балом, який враховується при підсумковому оцінюванні навчальних досягнень студентів з навчальної дисципліни "PR органів державної влади". Студент може набрати максимальну кількість балів за ІНДЗ – 30 балів.

## VIII. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни "PR органів державної влади" оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

Таблиця 8.1

### Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю

№	Вид діяльності	Кількість балів за одиницю	Кількість одиниць до розрахунку	Всього
1	Відвідування лекцій	1	8	8
2	Відвідування практичних, семінарських занять	1	4+2	6
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	5	25
4	Робота на семінарському занятті	10	4+2	60
5	Модульна контрольна робота	25	2	50
6	ІНДЗ	30	1	30
7	Творча робота (в т.ч. есе)	20	1	20
<b>максимальна кількість балів 199</b>				

Розрахунок:  $199:60=3,3$

Студент набрав: 181

Оцінка:  $181:3,3= 55$  (бал за семестр), додається екзамен (max 40 балів)

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

➤ **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

➤ **Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

**Порядок переведення рейтингових показників успішності  
у європейські оцінки ECTS**

<b>Підсумкова кількість балів (max – 100)</b>	<b>Оцінка за 4-бальною шкалою</b>	<b>Оцінка за шкалою ECTS</b>
1 – 34	<b>«незадовільно»</b> (з обов'язковим повторним курсом)	F
35 – 59	<b>«незадовільно»</b> (з можливістю повторного складання)	FX
60 - 68	<b>«задовільно»</b>	E
69 – 74		D
75 - 81	<b>«добре»</b>	C
82– 89		B
90 – 100	<b>«відмінно»</b>	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ✓ вчасність виконання навчальних завдань;
- ✓ повний обсяг їх виконання;
- ✓ якість виконання навчальних завдань;
- ✓ самостійність виконання;
- ✓ творчий підхід у виконанні завдань;
- ✓ ініціативність у навчальній діяльності.

## ІХ. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

### I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

#### 1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні*: вправи.

2) **За логікою передачі і сприймання навчальної інформації**: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) **За ступенем самостійності мислення**: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) **За ступенем керування навчальною діяльністю**: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

### II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

**Методи стимулювання інтересу до навчання**: навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

## X. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ✓ опорні конспекти лекцій;
- ✓ навчальні посібники;
- ✓ робоча навчальна програма;
- ✓ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ✓ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни "Правові основи реклами та зв'язків з громадськістю".

## **XI. ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ**

### **Теоретичні питання:**

1. Історія становлення та розвитку владних інституцій в Україні.
2. Система державної влади в епоху Київської Русі.
3. Історія розвитку та становлення влади в Україні під час визвольних змагань почату ХХ ст.
4. Трансформація української системи влади за часів незалежності (1991 – 2013 рр.)
5. Влада в структурі української козацької держави часів Б.Хмельницького.
6. Сучасна правова система в Україні.
7. Сучасне інформаційне законодавство України.
8. Правове регулювання інформаційної діяльності органів державної влади в Україні.
9. Інформаційне суспільство: змістовні характеристики та прикладні аспекти.
10. Сучасне інформаційне суспільство в Україні: стан справ та перспективи розвитку.
11. Інформаційне поле: структура та базові характеристики.
12. Методи діагностування соціокомунікаційних процесів органів державної влади (глибинна та первинна аналітика).
13. Моніторинг ЗМІ: структура та базові напрямки роботи.
14. Контент-аналіз матеріалів ЗМІ: зміст та цільове призначення.
15. Соціологічні дослідження, як інструмент вивчення громадської думки.
16. Статична соціокомунікативна модель.
17. Динамічна соціокомунікативна модель.
18. Розробка та базові положення Комунікаційної концепції.
19. Положення про структуру підрозділу по роботі з громадськістю та ЗМІ.
20. Знання та навички працівника підрозділу по роботі з громадськістю та ЗМІ в держструктурі.
21. Базова модель та принципи розбудови підрозділів по роботі з громадськістю та ЗМІ.
22. Карта інформаційного поля: структура та принципи складання.

- 23.Прес-секретар: роль, значення та функціональні обов'язки.
- 24.Публічні заходи: планування та реалізація.
- 25.Інформаційно-комунікаційні кампанії: структура та принципи реалізації.
- 26.Прес-конференція: структура та базові вимоги до проведення.
- 27.Брифінг: структура та принципи проведення.
- 28.Електронне урядування в Україні: структура та принципи функціонування.
- 29.Інтернет-технологій в інформаційній політиці органів державної влади.
- 30.Віртуальне представництво держструктур у соціальних мережах.
- 31.Структура та вимоги до контенту веб-сторінки органів державної влади.
- 32.Шляхи та методи формування журналіського пулу.
- 33.Базові принципи медіа-політики органів державної влади.
- 34.Державні ЗМІ: базові принципи роботи та особливості використання у справі реалізації медіа-політики органів влади.
- 35.Типологія та класифікація підрозділів по роботі з громадськістю та ЗМІ в органах державної влади.
- 36.Принципи та правила створення інформаційних повідомлень для ЗМІ.
- 37.Прес-реліз: структура та правила створення.
- 38.Н'юс-реліз: структура та вимоги до контенту.
- 39.Правила та принципи підготовки контенту для веб-сторінки держструктури.
- 40.Громадські ради в структурі органів державної влади, як інструмент співпраці з цільовими групами.
- 41.Принципи та особливості формування інформаційної політики Верховної Ради України.
- 42.Інформаційна політика Кабінету Міністрів України та принципи співпраці з представниками цільових груп
43. Президент України, як суб'єкт інформаційно-комунікаційних процесів.
- 44.Специфіка та особливості здійснення інформаційної політики регіональних органів влади та місцевого самоврядування.



45. Приоритети державної інформаційної політики України та сучасному етапі.
46. Інформаційна війна, як складова частина сучасної політичної системи.
47. Захист національних інтересів в контексті національної інформаційної політики.
48. Інформаційна складова євроінтеграційної політики України.
49. Інформаційна безпека, як складова державної політики.
50. Інформаційно-комунікаційні технології, як базові інструменти формування міжнародного іміджу України.

#### **Практичні завдання:**

1. Скласти карту інформаційного поля для державної структури (на вибір).
2. Розробити структуру підрозділу по роботі з громадськістю та ЗМІ для державної структури (на вибір).
3. Розробити процедуру моніторингу ЗМІ для державної структури (на вибір).
4. Розробити план тематичного заходу (на вибір) для державної структури.
5. Скласти перелік ЗМІ для формування бази розсилки н'юс-релізів для державної структури (на вибір).

## ХІІ. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

### Нормативно-правові акти:

1. «Конституція України» від 28 червня 1996 р.
3. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96 р. № 270/96 ВР
4. Закон України «Про інформацію» від 02.10.92 р. №2657-ХІІ
5. Закон України «Про друковані засоби масової інформації в Україні» від 16.11.92 р. №2782-ХІІ
6. Закон України «Про телебачення та радіомовлення» від 21.12.93 №3759-ХІІ
7. Закон України «Про систему суспільного телебачення та радіомовлення» від 18 липня 1997 р. № 485/97-ВР
8. Закон України «Про інформаційні агенції» від 28 лютого 1995 р. № 74/95-ВР
9. Закон України «Про телекомунікації» від 18 листопада 2003 р. №1280-IV
10. Закон України «про порядок висвітлення діяльності органів влади та органи місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» від 23 вересня 1997 р. №539/97-ВР

### Навчально-методична література:

5. Бажин І.І. Інформаційні системи менеджмента / І.І. Бажин. - М.: ГУ-ВШЕ, 2000. – 688 с.
6. Байцев А.Ю. Комунікація [Електронний ресурс] / А.Ю. Байцев // Філософський енциклопедический словарь: [сайт]. – Електронні дані. - Режим доступу: <http://arion.ru/wiki/Коммуникация>
7. Балинський І.О. Українські політичні інтернет-комунікації у світовому контексті: дис. канд. наук із соціальних комунікацій 27.00.06 «інформаційно-комунікаційні технології» / І.О. Балинський - Львів, 2009. - 201 с.
8. Бебик В.М. Засоби масової інформації посткомуністичної України / В.М. Бебик, О.І.Сидоренко. – К.: МАУП, 1996. - 124 с.
9. Бебик В.М. PR в органах державної влади та місцевого самоврядування / Бебик В.М. – К.: МАУП 2003. - 178 с.
10. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік релейшнз: [монографія] / В.М.Бебик. – К.:МАУП, 2005. – 440 с.
11. Берегова О.М. Сучасні комунікації в культурі України: [навчальний посібник] / О.М. Берегова. – К.: НМАУ ім. П.І. Чайковського, 2006. – 178 с.

12. Берегова О.М. Комунікація в соціокультурному просторі України: технологія чи творчість / О.М.Берегова. – К.: НМАУ ім. П.І. Чайковського, 2006. – 388 с.
13. Брайчевский С.М. Современные информационные потоки и актуальная проблематика / С.М. Брайчевский, Д.В. Ландэ // НТИ Сер. 1.- 2005. - №11. – С. 21-33.
14. Гажуров Ю.С. Парламент України в політичній комунікації / Ю.С. Гажуров. – К.: Україна, 2007. - 352 с.
15. Головаха Є.І. Суспільство, що трансформується. Досвід соціологічного моніторингу в Україні / Є.І. Головаха. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 156 с.
16. Городяненко В.Г. Соціологія: [підручник] / В.Г. Городяненко. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2002. - 559 с.
17. Гречихин В. Г. Лекции по методике и технике социологического исследования: [учебное пособие] / В.Г. Гречихин.—М.: Изд-во МГУ, 1988. - 230 с.
18. Демченко С.В. Медіаполітична система в сучасній Україні (інтегрована комунікаційна модель): автореф. дис. канд. політ. наук: 23.00.02/ Демченко С.В. - Дніпропетровськ, 2004. - 18 с.
19. Дніпренко Н.К. Комунікація, демократичні стандарти в роботі органів державної влади: [навчальний посібник для держслужбовців] / Н.К. Дніпренко, Н.В. Окша, Т.С. Андрійчук, Г.І. Зоценко, А.А. Леонтева. – К.: Вістка, 2008. - 164 с.
20. Дуцик Д. Політична журналістика / Д.Дуцик. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2005. – 138 с.
21. Дятлов С.А. Принципы информационного общества / С.А. Дятлов // Информационное общество. – 2000. – Вып.2. – С. 77-85.
22. Журавський В.С. Україна на шляху до інформаційного суспільства / В.С. Журавський, М.К. Радіонов, І.Б.Жиляєв. – К.: ІВЦ „Видавництво „Політехніка”, 2004. – 484 с.
23. Иванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации. Информация и коммуникация / В.Ф. Иванов. – К.: Центр Вільної Преси, 2009. – 190 с.
24. Иванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации. Массовая коммуникация/ В.Ф. Иванов. – К.: Центр Вільної Преси, 2009. – 109 с.
25. Иванов В.Ф. Аспекты массовой коммуникации. Теории и модели массовой коммуникации / В.Ф. Иванов. – К.: Центр Вільної Преси, 2009. – 330 с.

26. Інформаційне законодавство України / [упорядники Ю.С. Шемшученко, І.С. Чиж]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 414 с.
27. Кадлубович Т.І. Політична комунікація в демократизації владних відносин України: автореферат дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.02 / Кадлубович Т.І. – К., 2008. – 17 с.
28. Катвалюк А.Л. Социальные технологии / А.Л. Катвалюк. – Тернополь: Економічна думка, 2001. – 284 с.
29. Клячин А.К. Політична комунікація як чинник трансформації політичних цінностей: автореф. дис. ... канд. політ. наук: спец. 23.00.02 / Клячин А.К. - Дніпропетровськ, 2007. – 19 с.
30. Колин К.К. Социальная информатика: [учебное пособие] / К.К. Колин. – М.: Фонд «Мир», 2003. – 432 с.
31. Коммуникационный менеджмент: [учебное пособие для студентов вузов] / [ под. Редакцией В.М.Шепель, В.Н. Футина, А.С. Любутова]. – М.: Гордарики, 2004. – 350 с.
32. Королько В.Г. Основи паблік рілейшнз: [посібник] / В.Г. Королько. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 334 с.
33. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз / В.Г. Королько. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер. – 2000. – 528 с.
34. Королько В.Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: [підручник] / В.Г. Королько. – К.: Видавничий дім „Скарби”, 2001. – 400 с.
35. Курбан А. Пресс-служба в структуре организации / А.Курбан // М.А.Де.-2001. - №2. - С. 28-31.
36. Курбан А. Роза – PR – аудит: как просчитать уровень публичности компании и построить систему комплексного PR / А.Курбан // М.А.Де. - 2003. - №6. - С. 106-109.
37. Курбан А. Мораль и право как категории регулирования паблик рилейшнз / А.Курбан // ПР-менеджер.- 2004.- №11.- С. 2-9.
38. Курбан А. Спам-релиз как средство продвижения корпоративного имиджа / А.Курбан // ПР-менеджер. - 2005.- №4.- С.20-23.
39. Курбан А. Эффективная пресс-служба: структура и функции / А.Курбан // ПР-менеджер. - 2006.- №8.- С.27-35.
40. Курбан А. Муниципальный PR: концепция и типовая матрица / А.Курбан // ПР-менеджер. - 2006.- №7.- С.24-29.
41. Курбан А. PR-аудит – комплексная система оценки репутации / А.Курбан // ПР-менеджер. – 2006. - №6. – С. 48-53.

42. Курбан А. PR в системе корпоративной разведки и контрразведки / А.Курбан // «PR-менеджер». – 2007. - №2. – С. 36-39.
43. Курбан А. Методика оценки социальных корпоративных показателей / А.Курбан // PR-менеджер. - 2007.- №12.- С.22-31.
44. Курбан А. Методика оценки публичной стоимости / А.Курбан // PR-менеджер. - 2007.- №10.- С.43-45.
45. Курбан А. Математика и механизмы построения эффективного PR / А.Курбан // PR-менеджер. - 2008.- №7.- С.32-36.
46. Курбан А. Основы современного имиджмейкинга / А.Курбан // PR-менеджер. – 2008. - №10. – С.14-17.
47. Курбан А.В. Социальный аудит как инструмент оптимизации процессов в системе социальной корпоративной ответственности / А.Курбан // Маркетинг и реклама. – 2008. - №11. – С. 35-44.
48. Курбан А. Соционика украинского политбонда / А.Курбан // PR-менеджер. – 2009. - № 10. – С. 12-15.
49. Курбан О.В. До питання про технології діагностування та моделювання соціокомунікативних процесів / О. В. Курбан // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2009. – Випуск ХХІІІ. – С. 54-60.
50. Курносоев Ю.В. Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы / Ю.В. Курносоев, П.Ю. Конотопов. – М.:РУСАКИ, 2004. – 512 с.
51. Матвієнко В.Я. Соціальні технології / В.Я. Матвієнко. – К.: Українські пропілеї, 2001. – 446 с.
52. Міжнародно-правові акти в інформаційній сфері / [упорядн. **Ю.В. Пасічник**]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 328 с.
53. Міжнародні угоди України / [упорядн. **Ю.В. Пасічник**]. – К.: ТОВ „Видавництво „Юридична думка”, 2005. – 160 с.
54. Моисеев В.А. Паблік рилейшнз. Теория и практика / В.А. Моисеев. – К.: Вира-Р. – 1999. – 375 с.
55. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа. Стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю.Панасюк. — М.: ОМЕГА-Л, 2008. — 266 с.
56. Панасюк А. Ю. Имидж: энциклопедический словарь / А.Ю.Панасюк. — М.: РИПОЛ классик, 2007. — 768 с.
57. Паниотто В.И. Количественные методы в социологических исследованиях / В.И. Паниотто, В.С. Максименко. – К.: Наукова думка, 1982. - 272 с.

58. Подшивалкина В.И. Социальные технологии: проблемы методологии и практики / В.И. Подшивалкина. – Кишинев: Центр типография, 1997. – 352 с.
59. Почепцов Г.Г. Стратегический анализ / Г.Г. Почепцов. – К.: Дзвін, 2004. – 333 с.
60. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Инструментарий по управлению будущим / Г.Г. Почепцов. – М.: SMART BOOK, 2009. – 574 с.
61. Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 2003. – 381 с.
62. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. – М.: Центр, 1998. – 352 с.
63. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. – 348 с.
64. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, 2000. – 576 с.
65. Почепцов Г.Г. Стратегия / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2005. – 377 с.
66. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-Бук, К.: Ваклер, 1999. – 624 с.
67. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.
68. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 656 с.
69. Ротовский А.А. Системный PR / А.А. Ротовский. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. - 256 с.
70. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
71. Соколов А.В. Социальные коммуникации: [учебно-методологическое пособие] / А.В. Соколов. – М.: Профиздат, 2001. – 220 с.
72. Соціальна комунікація [Електронний ресурс]: [сайт] // Вікіпедія. – Електронні данні . - Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
73. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность): словарь-справочник / [под ред. В.А. Ильганаевой]. – Х.: КП «Городская типография», 2009. – 392 с.
74. Социальные технологии: Толковый словарь / [под редакцией Ю.П. Аверина, Е.Ю. Алексева, Ю.Ф. Афонина]. – М. – Белгород: Луч – Центр социальных технологий, 1995. – 309 с.
75. Сурмин Ю.П. Теория социальных технологий: [учебн. пособие] / Ю.П. Сурмин Н.В. Туленков. – К.: МАУП, 2004. – 608 с.

76. Шарков Ф.И. Социология массовой коммуникации: [учебное пособие] / Ф.И. Шарков, А.А. Родионов. // Техника и технология сбора и обработки информации. – М.: ИД „Социальные отношения”, Изд-во „Перспектива”, 2003. Ч.1. – 264 с.
77. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: автореферат дис. ... канд. соц. наук.: спец. 22.00.06 / Шеремет А.Н. – Екатеринбург, 2004. – 25 с.
78. Шидловський Д.О. Політична комунікація як об'єкт соціологічного дослідження: дис. канд. соціол. наук: 22.00.04 / Шидловський Д.О. — К., 2007. — 208 с.
79. Щекин Г.В. Теория социального управления / Г.В.Щекин. – К.: МАУП, 1996. – 408 с.
80. Щербина В.В. Социальные теории организации: словарь / [автор-составитель В.В.Щербина]. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 264 с.
81. Щербина В.В. Средства социологической диагностики в системе управления / В.В.Щербина. – М.: Изд-во МГУ, 1993. – 120 с.
82. Ядов В. А. Социологические исследования: методология, программа, методы / В.А. Ядов.- М.: Наука, 1987. – 248 с.
83. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов. – М.: Добросвет, 1999. – 596 с.