

Кафедра журналістики та мовної комунікації

Київ – 2025 р.

Опис навчальної дисципліни

Медіарилейшнз

Завдання курсу полягають в оволодінні здобувачами вищої освіти системою теоретичних та практичних знань і вмінь у галузі зв'язків з громадськістю, особливістю застосування технології зв'язків із громадськістю в суспільстві, використанню інструментарію PR в медіа сфері.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студенти засвоюють теоретичні засади стратегії і тактики створення та реалізації різних типів комунікативних технологій; концептуальні технології зв'язків із громадськістю в умовах інформаційного суспільства; головні прийоми співпраці з засобами масової комунікації та інформації; фундаментальні морально-етичні засади при використанні PR-технологій. Здобувачі вміють аналізувати економічні, соціокультурні й політичні наслідки застосування PR-технологій та застосовувати свої знання на практиці; розробляти, виготовляти та поширювати інформаційні матеріали в рамках PR-кампаній; застосовувати основні методи роботи із засобами масової комунікації та інформації; – розробляти медіа-план PR-кампанії; визначати стратегічні цілі та мету кампанії зв'язків із громадськістю (в залежності від мети кампанії) у різних економічних та виробничих ситуаціях; аналізувати результати проведених PR-акцій.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	магістр	
Спеціальність	С7 Журналістика	
Освітня програма	Журналістика	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	3	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	+	
Форма контролю	екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм здобуття вищої освіти		
	Форма здобуття вищої освіти	
	денна	заочна
Курс (рік підготовки)	1	
Семестр	2	
Лекційні заняття	30 год.	год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	год.
Лабораторні заняття	- год.	год.
Самостійна робота	60 год.	год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	4 год.	

1. Мета, компетентності та програмні результати навчальної дисципліни

Мета курсу – сформувати у студентів систему знань з теорії та практики комунікації, навчити основним принципам та засобам здійснення зв'язків з громадськістю, виробити навички самостійного планування PR-кампаній.

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері журналістики.

загальні компетентності (ЗК):

ЗК01. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК02. Здатність планувати час та управляти ним.

ЗК03. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК05. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК08. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.

спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК01. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з теорії та історії журналістики, новітні технологічні досягнення для розв'язання задач дослідницького та інноваційного характеру у сфері журналістики.

СК02. Здатність критично осмислювати проблеми у сфері журналістики та дотичні до них міждисциплінарні проблеми.

СК04. Здатність управляти робочими та навчальними процесами у сфері журналістики, які є складними, непередбачуваними та потребують нових стратегічних підходів.

СК06. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі журналістики у широких та/або мультидисциплінарних контекстах, за умов неповної або обмеженої інформації з урахуванням аспектів соціальної та етичної відповідальності.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог.

ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень.

ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.

ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.

ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.

ПРН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.

ПРН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.

ПРН14. Розуміти наукові, правові та етичні аспекти екологічних проблем і закономірностей, висвітлювати питання взаємодії сучасного суспільства з навколишнім середовищем.

2. Програма та структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							заочна форма					
	тижні	усь ого	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
Модуль 1. <i>Медіарилейшнз у різних вимірах та аспектах</i>													
Тема 1. Значення та функції медіарилейшнз: сучасні закордонні та вітчизняні підходи.		8	2	2			4						
Тема 2. Поняття і походження, мета і завдання медіарилейшнз.		8	2	2			4						
Тема 3. Громадськість і громадська думка в медіарилейшнз.		8	2	2			4						

Тема 4. PR-технологія: поняття, види, класифікація.		8	2	2			4						
Тема 5. Психологічні аспекти в медіарилейшнз.		8	2	2			4						
Разом за модулем 1	40		10	10			20						
Модуль 2 <i>Особливості застосування технологій у медіарилейшнз</i>													
Тема 1. Цільові аудиторії та інформаційні структури у медіарилейшнз		8	2	2			4						
Тема 2. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.		8	2	2			4						
Тема 3. Основні засоби і заходи PR.		8	2	2			4						
Тема 4. Організація співпраці з медіа.		8	2	2			4						
Тема 5. Розробка піар-замовлення.		8	2	2			4						
Тема 6. Планування PR-кампанії.		8	2	2			4						
Тема 7. Проведення публічних заходів. Спеціально підготовлені PR-події.		8	2	2			4						
Разом за модулем 2	56		14	14			28						
Модуль 3 <i>Спеціальні методи в медіарилейшнз</i>													
Тема 1. Пропаганда та технології цивілізованого лобіювання.		8	2	2			4						
Тема 2. Кризовий медіарилейшнз та його особливості організацій.		8	2	2			4						
Тема 3. Специфічні прийоми PR у відносинах із медіа та медіарилейшнз під час виборів.		8	2	2			4						
Усього годин	24		6	6			12						
Курсовий проект (робота) з _____ (якщо є в навчальному плані)													
Усього годин	120		30	30			60						

3. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Значення та функції медіарилейшнз: сучасні закордонні та вітчизняні підходи.	2
2	Тема 2. Поняття і походження, мета і завдання медіарилейшнз.	2
3	Тема 3. Громадськість і громадська думка в медіарилейшнз.	2

4	Тема 4. PR-технологія: поняття, види, класифікація.	2
5	Тема 5. Психологічні аспекти в медіарилейшнз.	2
6	Тема 6. Цільові аудиторії та інформаційні структури у медіарилейшнз	2
7	Тема 7. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	2
8	Тема 8. Основні засоби і заходи PR.	2
9	Тема 9. Організація співпраці з медіа.	2
10	Тема 10. Розробка піар-замовлення.	2
11	Тема 11. Планування PR-кампанії.	2
12	Тема 12. Проведення публічних заходів. Спеціально підготовлені PR-події.	2
13	Тема 13. Пропаганда та технології цивілізованого лобіювання.	2
14	Тема 14. Кризовий медіарилейшнз та його особливості організацій.	2
15	Тема 15. Специфічні прийоми PR у відносинах із медіа та медіарилейшнз під час виборів.	2

4. Теми лабораторних (практичних, семінарських) занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Значення та функції медіарилейшнз: сучасні закордонні та вітчизняні підходи.	
2	Тема 2. Поняття і походження, мета і завдання медіарилейшнз.	2
3	Тема 3. Громадськість і громадська думка в медіарилейшнз.	2
4	Тема 4. PR-технологія: поняття, види, класифікація.	2
5	Тема 5. Психологічні аспекти в медіарилейшнз.	2
6	Тема 6. Цільові аудиторії та інформаційні структури у медіарилейшнз	2
7	Тема 7. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	2
8	Тема 8. Основні засоби і заходи PR.	2
9	Тема 9. Організація співпраці з медіа.	2
10	Тема 10. Розробка піар-замовлення.	2
11	Тема 11. Планування PR-кампанії.	2
12	Тема 12. Проведення публічних заходів. Спеціально підготовлені PR-події.	2
13	Тема 13. Пропаганда та технології цивілізованого лобіювання.	2
14	Тема 14. Кризовий медіарилейшнз та його особливості організацій.	2
15	Тема 15. Специфічні прийоми PR у відносинах із медіа та медіарилейшнз під час виборів.	2

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Значення та функції медіарилейшнз: сучасні закордонні та вітчизняні підходи.	4
2	Тема 2. Поняття і походження, мета і завдання медіарилейшнз.	4
3	Тема 3. Громадськість і громадська думка в медіарилейшнз.	4
4	Тема 4. PR-технологія: поняття, види, класифікація.	4
5	Тема 5. Психологічні аспекти в медіарилейшнз.	4
6	Тема 6. Цільові аудиторії та інформаційні структури у медіарилейшнз	4
7	Тема 7. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	4
8	Тема 8. Основні засоби і заходи PR.	4
9	Тема 9. Організація співпраці з медіа.	4
10	Тема 10. Розробка піар-замовлення.	4
11	Тема 11. Планування PR-кампанії.	4

12	Тема 12. Проведення публічних заходів. Спеціально підготовлені PR-події.	4
13	Тема 13. Пропаганда та технології цивілізованого лобіювання.	4
14	Тема 14. Кризовий медіарилейшнз та його особливості організацій.	4
15	Тема 15. Специфічні прийоми PR у відносинах із медіа та медіарилейшнз під час виборів.	4

6. Методи та засоби діагностики результатів навчання:
(вибрати необхідне чи доповнити)

- усне або письмове опитування;
- співбесіда;
- тестування;
- захист проектів;
- самооцінювання.

7. Методи навчання (вибрати необхідне чи доповнити):

- метод проблемного навчання;
- метод практико-орієнтованого навчання;
- кейс-метод;
- метод проєктного навчання;
- метод навчання через дослідження;
- метод навчальних дискусій та дебатів;
- метод командної роботи, мозкового штурму.

8. Оцінювання результатів навчання.

Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національну оцінку згідно чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання	
Модуль 1. <i>Медіарилейшнз у різних вимірах та аспектах</i>			
Тема 1. Значення та функції медіарилейшнз: сучасні закордонні та вітчизняні підходи.	ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень.	12	
Тема 2. Поняття і походження, мета і завдання медіарилейшнз.	ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.	12	
Тема 3. Громадськість і громадська думка в медіарилейшнз.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну	12	

	потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.		
Тема 4. PR-технологія: поняття, види, класифікація.	ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів.	12	
Тема 5. Психологічні аспекти в медіарилейшнз.	ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.	12	
Самостійна робота.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень. ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. ПРН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.	10	
Модульна контрольна робота 1.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН03. Проводити збір, інтегрований аналіз матеріалів з різних джерел, включаючи наукову та професійну літературу, бази даних, та перевіряти їх на достовірність, використовуючи сучасні методи досліджень. ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.	30	

	ПРН11. Брати продуктивну участь у розробленні проєктів документів, що регламентують діяльність в усіх сферах журналістики, обґрунтовувати суспільну потребу в їх прийнятті, прогнозувати результати їх впливу на суспільство.		
Всього за модулем 1		100	
Модуль 2. <i>Особливості застосування технологій у медіарилейшнз</i>			
Тема 6. Цільові аудиторії та інформаційні структури у медіарилейшнз	ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.	9	
Тема 7. Вимоги до створення інформаційного продукту PR.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.	9	
Тема 8. Основні засоби і заходи PR.	ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій.	9	
Тема 9. Організація співпраця з медіа.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН10. Мати практичні навички розв'язання проблем, пов'язаних з організацією нових медіаустанов та інституцій.	9	
Тема 10. Розробка піар-замовлення.	ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.	8	
Тема 11. Планування PR-кампанії.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог.	8	
Тема 12. Проведення публічних заходів. Спеціально підготовлені PR-події.	ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. ПРН14. Розуміти наукові, правові та етичні аспекти екологічних проблем і закономірностей, висвітлювати питання взаємодії сучасного суспільства з навколишнім середовищем.	8	
Самостійна робота.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в	10	

	умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. ПРН14. Розуміти наукові, правові та етичні аспекти екологічних проблем і закономірностей, висвітлювати питання взаємодії сучасного суспільства з навколишнім середовищем.		
Модульна контрольна робота 2.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН05. Генерувати нові ідеї та використовувати сучасні технології під час створення медіапродуктів. ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. ПРН08. Використовувати передові знання і методики у процесі дослідження діяльності та створення нових медіаінституцій. ПРН14. Розуміти наукові, правові та етичні аспекти екологічних проблем і закономірностей, висвітлювати питання взаємодії сучасного суспільства з навколишнім середовищем.	30	
Всього за модулем 2		100	
Модуль 3. Спеціальні методи в медіарилейшенз			
Тема 13. Пропаганда та технології цивілізованого лобіювання.	ПРН14. Розуміти наукові, правові та етичні аспекти екологічних проблем і закономірностей, висвітлювати питання взаємодії сучасного суспільства з навколишнім середовищем.	20	
Тема 14. Кризовий медіарилейшнз та його особливості організацій.	ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання.	20	
Тема 15. Специфічні прийоми PR у відносинах із медіа та медіарилейшнз під час виборів.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог.	20	
Модульна контрольна робота 3.	ПРН01. Приймати ефективні рішення з проблем журналістики, у тому числі в	10	

	умовах багатокритеріальності, неповних та суперечливих інформації та вимог. ПРН07. Дискутувати зі складних комунікаційних проблем, пропонувати і обґрунтовувати варіанти їх розв'язання. ПРН14. Розуміти наукові, правові та етичні аспекти екологічних проблем і закономірностей, висвітлювати питання взаємодії сучасного суспільства з навколишнім середовищем.		
Всього за модулем 3		30	
		100	
Навчальна робота	$(M1 + M2)/2 \cdot 0,7 \leq 70$		
Екзамен/залік	30		
Всього за курс	$(\text{Навчальна робота} + \text{екзамен}) \leq 100$		
Курсовий проект/робота (за наявності)		100	

8.2. Шкала оцінювання знань здобувача вищої освіти

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка за національною системою (екзамени/заліки)
90-100	відмінно
74-89	добре
60-73	задовільно
0-59	незадовільно

8.3. Політика оцінювання

Політика щодо дедлайнів та перескладання	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
Політика щодо академічної доброчесності	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
Політика щодо відвідування	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

9. Навчально-методичне забезпечення:

- електронний навчальний курс навчальної дисципліни (на навчальному порталі НУБіП України eLearn - <https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=5136>);
- посилання на цифрові освітні ресурси;
- «Public relations в Україні». Матеріали сайту. URL: <http://123pr.kiev.ua/> 2. «Все о PR» матеріали сайту. URL: <http://propr.com.ua/>
- «Ефективні комунікації»: бібліотека проекту. <http://pr-center.org.ua/bibl.php> 4. «Міжнародний пресс-клуб»: бібліотека сайту агентства. URL: club.com/PR_Lib/
- «Українська ліга зв'язків із громадськістю»: матеріали сайту. URL: liga.org.ua/about/

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Арбузова Ю. В., Ротань Н. В. Формування позитивного іміджу навчального закладу. *Інформаційні технології в науці та виробництві*. 2014. № 2 (7). С. 273-280.
2. Балабанова Л. В., Савельєва К. В. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. Донецьк. ДонДУЕТ, 2007. 394 с.
3. Балинський І. О. Українські політичні Інтернет-комунікації у світовому контексті : дис. на здоб. наук. ступ. канд. наук із соц. ком.: 27.00.06. Київ, 2009. 201 с.
4. Башук А. І. Зв'язки з громадськістю: підходи до розуміння терміна. *Наукові записки Інституту журналістики*: наук.зб. Київ, 2009. № 35. С. 153-158.
5. Берегова О. М. Сучасні комунікації в культурі України: навч. посіб. Київ: НМАУ ім. П. І. Чайковського. 2006. 178 с.
6. Березенко В. В. Наукове осмислення феномену PR як соціально комунікаційної діяльності в Україні: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра наук із соц. ком.: 27.00.01. Київ, 2014. 32 с.
7. Біденко С., Золотаревич І. Репутаційний антистрес : Інструктор для власників і топ менеджерів бізнесу. Київ : Yakaboo Publishing, 2021. 224 с.
8. Білан Н., Нетреба М. Організація роботи прес-служб : навч. посіб. К. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. 304 с.
9. Бурдак І. Г., Валентієва О. В., Чиньонова О. В. Реалізація місії компанії за допомогою PR-стратегії. *Держава та регіони*. 2008. № 2. С. 19-22.
10. Вежель, Л. М. Основи зв'язків із громадськістю: навч. посібник; МОН України, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 123 с.
11. Говорухіна М., Тимченко О. Путівник з ефективних комунікацій для ГО. ГО «Інтерньюз-Україна». Київ, 2021. 29 с.
12. Демченко С. В. Масова комунікація у процесі розбудови громадянського суспільства: історія, теорія, українські реалії : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. д-ра наук із соц. ком. : 27.00.01. Київ, 2011. 34 с.
13. Ефективні комунікації. Практичні рекомендації для секретаріатів комітетів Верховної ради України: посібн. Київ, 2020. 126 с.
14. Зацерківна М. О. Вивчення зв'язків з громадськістю як виду діяльності та функції управління: методологічний аспект. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2018. Вип. 52. С. 160–168.
15. Земляна І. Робота під PRESSом. Посібник для безпечної повсякденної роботи медійників. ГО «Інститут масової інформації». Київ, 2020. 148 с.
16. Іванов В. Ф., Бугрим В. В., Башук А. І., Білан Н. І. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2011. 432 с.
17. Коник Д. Довіра громади: кризові комунікації органів місцевого самоврядування. Федерація канадських муніципалітетів, Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст», 2020. 70 с.
18. Курбан, О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навч. посібник. Київ: Кондор, 2016. 246 с.
19. Мойсєєв В. А. Паблікрілейшнз: навч. посіб. Київ: Академвидав, 2007. 224 с. 5. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 506 с. 29.
20. Порадник для засобів масової інформації щодо взаємин зі збройними силами України в період воєнного стану. Посібник. Авт. колектив під керівництвом Богдана Сеника. Київ, 2022. 25 с.
21. Примака, Т. О. PR для менеджерів і маркетологів: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 202 с.
22. Різун В. В. Теорія масової комунікації. Київ: Просвіта, 2008. 260 с.
23. Ромат, Є. В., Бучацька І. О., Дубовик Т. В. Зв'язки з громадськістю (базовий курс): навч. посібник; Київський національний торговельно-економічний університет. Київ, 2016. 284 с.
24. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. Київ : МАУП, 2007. 104 с. Солдатенко І. О., Нетецька Т. М. «Паблік рилейшнзу бізнесі». «Зв'язки з громадськістю у бізнесі»: навч. посіб. Харків: НТУ «ХП», 2009. 112 с.
25. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю: навч. посіб. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с.

26. Холод О. М. Комунікаційні технології: підручник. Київ: КиМУ, 2012. 263 с.
27. Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту. Аналітичний звіт. Київ, ГО «Український інститут медіа та комунікацій», 2023. 68 с.
28. «Які обмеження та особливості роботи медіа діють в Україні під час великої війни». <https://detector.media/infospace/article/203615/2022-10-11-yaki-obmezhennya-ta-osoblyvosti-roboty-media-diyut-v-ukraini-pid-chas-velykoi-viyny/>. Дата звернення 31.05.2025.