

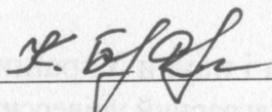
Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

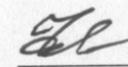
Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Паблік Рілейшнз
(обов'язковий)

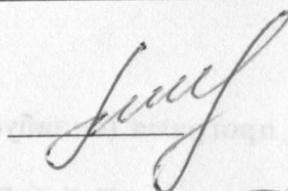
Реалізується в межах освітньої програми **Маркетинг**
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
на **першому (бакалаврському)** рівні вищої освіти

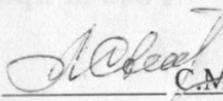
Суми – 2025

Розробник:  К.В. Блюмська-Данько, к.е.н., доцент,
доцент кафедри маркетингу та логістики

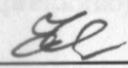
Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри: <u>Маркетингу та логістики</u> (назва кафедри)	протокол від <u>16.06.2025</u> року, № <u>18</u>
	Завідувач кафедри <u></u> <u>Н.О. Макаренко</u> (підпис) (прізвище, ініціали)

Погоджено:

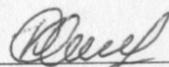
Гарант освітньої програми  М.О.Лищенко

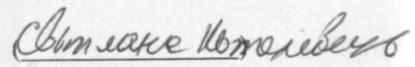
Декан факультету, де реалізується освітня програма  С.М.Лукаш

Рецензія на робочу програму (додається) надана:  О.М.Ніфатова

 Н.О.Макаренко

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації


(підпис)


(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 20.08. 2025 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Паблік рілейшнз			
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, кафедра маркетингу та логістики			
3.	Статус ОК	Обов'язковий			
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК	Освітньо – професійна програма «Маркетинг» Першого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: бакалавр з маркетингу			
5.	Рівень НРК	6			
6.	Семестр та тривалість вивчення Денна/Заочна	8, 12 тижнів			
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5			
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)			Самостійна робота
		Лекційні	Практичні /семінарські	Лабораторні	
	<i>- денна форма навчання</i>	24	24	-	102
	<i>- заочна форма навчання</i>			-	
9.	Мова навчання	Українська			
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	к.е.н., доцент Блюмська-Данько Ксенія Валеріївна			
10.1	Контактна інформація	kseniabliumska@gmail.com ауд. 214 економічного корпусу			
11.	Загальний опис освітнього компонента	<p>Освітній компонент «Public Relations» спрямований на формування у студентів системних знань та практичних навичок у сфері зв'язків з громадськістю, управління комунікаціями та побудови ефективного діалогу між організаціями і суспільством. Дисципліна орієнтована на оволодіння механізмами управління комунікаційними процесами з метою досягнення оптимальних результатів у соціально-економічній діяльності, а також на розвиток компетентностей, необхідних для аналізу й прийняття рішень у складних комунікативних та суспільно-політичних ситуаціях.</p> <p>Курс дозволяє студентам ознайомитися з основними поняттями, принципами та функціями паблік рілейшнз, інструментами соціально-економічних комунікацій, особливостями формування іміджу організації, бренду, підприємства чи держави, специфікою соціальної та політичної комунікації. Особлива увага приділяється практичним аспектам: створенню та поширенню інформаційних матеріалів, підготовці прес-релізів, організації публічних заходів, використанню сучасних PR-методик, тактиці вербального і невербального впливу на громадськість, а також методам управління суспільною думкою.</p> <p>Вивчення дисципліни сприяє розвитку у студентів</p>			

		відповідальності за власне навчання і професійний розвиток, формує здатність критично мислити, аналізувати інформаційні потоки та застосовувати комунікативні стратегії у професійній діяльності. Завдяки цьому здобувачі освіти зможуть: розуміти сутність і роль PR у сучасному суспільстві; володіти методами системного та аналітичного мислення; ефективно використовувати вербальні й невербальні засоби комунікації; приймати виважені рішення у сфері комунікацій; аргументовано відстоювати власну позицію та вести конструктивну дискусію.
12.	Мета освітнього компонента	Мета освітньої компоненти «Public Relations» – сформулювати у студентів-бакалаврів спеціальності «Маркетинг» знання та навички зі створення і реалізації комунікаційних стратегій, формування позитивного іміджу аграрних підприємств та просування їхньої продукції. Дисципліна орієнтована на підготовку фахівців, здатних ефективно застосовувати PR-інструменти для розвитку конкурентоспроможності аграрного сектору, налагодження взаємодії зі споживачами, громадами та партнерами.
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на основі вивчення дисциплін: Маркетинг, Менеджмент, Психологія. 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін: HR – маркетинг, Діджитал маркетинг, Інтернет маркетинг.
14.	Політика академічної доброчесності	Політика курсу – жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. У випадку таких подій – реагування відповідно до нормативних документів СНАУ про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. https://snaeu.edu.ua/viddil-zabezpechennya-yakosti-osviti/zabezpechennya-yakosti-osviti/akademichna-dobrochesnist/ Для студентів є неприйнятним: - Під час виконання контрольних робіт та теоретичного опитування використовувати джерела інформації (усні (підказки), письмові (роботи інших осіб), друковані (книги, методичні посібники), електронні(телефони, планшети), недозволені викладачем. За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни студент отримує за заняття 0 балів і зобов'язаний відпрацювати таке заняття. - Списування під час контрольних робіт заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Під час роботи над завданнями не допустимо порушення академічної доброчесності: при використанні Інтернет ресурсів та інших джерел інформації студент повинен вказати джерело, використане під час виконання завдання.

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК			Як оцінюється ДРН
	ПРН ₁₁	ПРН ₁₇	ІК	
ДРН 1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області	X			Теоретичний зріз знань: Усне опитування (за кожен правильну відповідь 5 бал) по першому та другому рубіжному контролю Максимальна оцінка по першому теоретичному рубіжному контролю - 20 балів Максимальна оцінка по другому теоретичному рубіжному контролю - 20 балів
ДРН 2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу	X		X	Виконання індивідуальних проєктів
ДРН 3. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів	X	X		Захист індивідуальних розробок по своєму об'єкту дослідження (розрахунок, написання висновків та пропозицій, підготовка презентації, захист)
ДРН 4. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки	X		X	Теоретичний зріз знань: Усне опитування (за кожен правильну відповідь 5 бал) по першому та другому рубіжному контролю Максимальна оцінка по першому теоретичному рубіжному контролю - 20 балів Максимальна оцінка по другому теоретичному рубіжному контролю - 20 балів
ДРН 5. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями		X	X	Захист індивідуальних розробок по своєму об'єкту дослідження (розрахунок, написання висновків та пропозицій, підготовка презентації, захист)
ДРН 6. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми	X		X	Тест множинного вибору

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу (дф/зф)		Рекомендована література	
	Аудиторна робота			
	Лк	Пз		
Тема 1. Сутність та еволюція Public Relations 1. Виникнення та розвиток PR у світі та в Україні. 2. Основні підходи до визначення поняття «зв'язки з громадськістю». 3. Відмінність PR від реклами, маркетингу та журналістики. 4. Сучасні тенденції розвитку PR у бізнесі та суспільстві.	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 1,3,5
Тема 2. PR у системі маркетингових комунікацій 1. Місце PR у комплексі маркетингових комунікацій. 2. Функції PR у діяльності підприємства. 3. Взаємозв'язок PR-кампаній з брендингом та маркетингом. 4. Значення PR для формування попиту на аграрну продукцію.	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2,4,5
Тема 3. Стейкхолдери та цільові аудиторії PR 1. Ідентифікація цільових груп у комунікаціях. 2. Взаємовідносини бізнесу, влади та громадськості. 3. Сегментація споживачів у PR-діяльності. 4. Особливості роботи з міжнародними партнерами в агросекторі.	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 1,2 Інші джерела: 1,2,5
Тема 4. Імідж та репутація організації 1. Сутність понять «імідж» і «репутація». 2. Етапи формування позитивного іміджу підприємства. 3. Роль корпоративної культури у створенні репутації.	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2,3,4,5

4. Репутаційний капітал аграрних підприємств: приклади.				
Тема 5. Інструменти та технології PR 1. Традиційні та сучасні інструменти PR. 2. Прес-релізи, прес-конференції, брифінги: особливості підготовки. 3. Використання digital-інструментів (соцмережі, блоги, сайти). 4. PR у кризових ситуаціях: антикризові комунікації.	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 1,2,6
Тема 6. PR-кампанія: розробка та реалізація 1. Етапи планування PR-кампанії. 2. SMART-цілі та KPI в PR. 3. Особливості розробки кампанії для аграрних підприємств. 4. Приклади успішних PR-кампаній в Україні та світі.	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 1,2 Інші джерела: 1,5,6
Тема 7. PR у сфері аграрного бізнесу 1. Специфіка аграрних комунікацій. 2. Формування довіри до аграрної продукції. 3. Органічне виробництво та PR-стратегії його просування. 4. Крафтові продукти як інструмент іміджевих комунікацій.	2	2	10	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2,3,6
Тема 8. PR у взаємодії з громадськістю 1. Види громадськості та їхній вплив на діяльність підприємства. 2. Форми комунікації з місцевими громадами. 3. Соціальні проекти та корпоративна соціальна відповідальність. 4. PR як засіб формування партнерства «університет–громада–бізнес».	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2,3,6
Тема 9. Політичний PR та державні комунікації 1. Особливості політичного PR. 2. Роль державних органів у формуванні громадської думки. 3. Вплив державної стратегії на імідж аграрного сектору.	2	2	8	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2,3,6
Тема 10. Міжнародний PR та брендинг країни 1. Концепція «nation branding» у глобальному середовищі. 2. Імідж України як аграрної держави. 3. Міжнародні виставки та ярмарки як PR-інструменти. 4. Участь аграрних університетів у міжнародних проєктах як PR-ресурс.	2	2	10	Основні джерела: 1, 2, 3, 4 Методичне забезпечення: 2 Інші джерела: 2,3,6
Тема 11. Етика та правові основи PR	2	2	8	Основні джерела:

<p>1. Етичні принципи діяльності PR-фахівця.</p> <p>2. Маніпуляції та межі допустимого впливу.</p> <p>3. Законодавчі аспекти діяльності у сфері комунікацій.</p> <p>4. Етика корпоративних та міжособистісних комунікацій.</p>				<p>1, 2, 3, 4</p> <p>Методичне забезпечення: 2</p> <p>Інші джерела: 2,3,6</p>
<p>Тема 12. Ефективність PR-діяльності</p> <p>1. Методи оцінювання результативності PR-кампаній.</p> <p>2. Використання кількісних та якісних показників.</p> <p>3. Вимірювання медіа-ефектів та громадської думки.</p> <p>4. Аналіз успішних і невдалих PR-проектів у бізнесі та аграрному секторі.</p>	2	2	10	<p>Основні джерела: 1, 2, 3, 4</p> <p>Методичне забезпечення: 2</p> <p>Інші джерела: 2,3,6</p>
Всього	24	24	102	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем під час аудиторних занять, консультацій)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати студент самостійно)
ДРН 1. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області.	Мультимедійна лекція Дискусія	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Методи навчання за характером логіки пізнання (аналітичний, методи синтезу, індукції та дедукції)
ДРН 2. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.	Мультимедійна лекція Консультації викладача Дискусія	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Аналітичні методи навчання; обмін думками (think-pair-share)
ДРН 3. Здатність до соціальної взаємодії, до співробітництва й розв'язання конфліктів.	Мультимедійна лекція Дискусія Метод кейсів (casestudy)	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Робота в малих групах (формування ідеї стратегії, ідентифікація, розробка стратегії, підготовка презентації та захист кейсів)
ДРН 4. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки.	Мультимедійна лекція Робота на практичних заняттях	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Взаємне навчання (peertopeerlearning) Захист розрахункових робіт Командна презентація
ДРН 5. Здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями.	Мультимедійна лекція Дискусія	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Аналітичні методи навчання; обмін думками (think-pair-share)
ДРН 6. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.	Мультимедійна лекція Консультації викладача Дискусія	Читання (опрацювання теоретичного матеріалу) Командна розробка кейсів

Самостійна робота над навчальним матеріалом є індивідуальним видом роботи на семінарах, конференціях, передбачає виконання практичних завдань та контрольних робіт. Вона здійснюється відповідно до навчальних планів, навчальної і робочої програм з курсу. Метою самостійної роботи студентів є: забезпечення фундаментальної загальноосвітньої та практичної підготовки студентів; засвоєння методів самостійного вивчення навчального матеріалу, навичок пошуку більш глибоких знань; підвищення ефективності навчального процесу за допомогою організації позааудиторного навчання відповідно до особистих здібностей кожного студента; оволодіння студентами культурою розумової праці, вмінням орієнтуватися у потоці наукової інформації, розвиток незалежності мислення, формування власної точки зору на питання, що

вивчаються. Ефективність самоосвіти, яка є одним із основних методів навчання студентів, визначається постійністю, послідовністю і наполегливістю в роботі з навчальним матеріалом, здійсненні самоконтролю, систематичністю занять, вмінням поєднати практичні навички з теорією. Самостійна робота студентів денної форми навчання починається після вступної лекції, на якій викладач дає основні рекомендації щодо методики самостійного опанування курсом «Паблік рілейшнз».

Підготовка та участь у семінарах, аналіз кейс-стаді та їх розв'язок сприяють поглибленій самостійній роботі, проблемному навчанню на основі досвіду. Виконання мультимедійних презентацій забезпечує адаптивність процесу навчання до реальних вимог сучасного середовища, де студент шляхом використання сучасних технологій декламує результати практико-орієнтованого навчання. Самостійному навчанню сприятиме підготовка до лекцій, практичних занять, а також робота в невеликих групах для підготовки розрахункових робіт, що будуть представлені у групі, а потім проаналізовані, обговорені та продемонстровані у презентації про виконання завдань практико-орієнтованого навчання.

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. СУМАТИВНЕ ОЦІНЮВАННЯ

5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання з дисципліни передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Теоретичний зріз знань: Оцінювання здійснюється за такими параметрами: форма контролю - усне опитування; максимальна оцінка за одне опитування – 5 балів; протягом модуля враховуються результати кількох опитувань, при цьому загальна сума балів не може перевищувати 20.	20 балів / 20 %	1-й – 6-й тиждень
2	Тест множинного вибору	15 балів /15 %	6-й тиждень
3	Виконання індивідуального проєкту «СТРАТЕГІЧНИЙ PR-АУДИТ ТА РОЗРОБКА PR-КАМПАНІЇ»	15 балів /15 %	5-й тиждень
4	Теоретичний зріз знань: Оцінювання здійснюється за такими параметрами: форма контролю - усне опитування; максимальна оцінка за одне опитування – 5 балів; протягом модуля враховуються результати кількох опитувань, при цьому загальна сума балів не	20 балів / 20 %	7-й – 12-й тиждень

	може перевищувати 20.		
5	Тест множинного вибору	15 балів /15 %	12-й тиждень
6	Виконання індивідуального проєкту «РОЗШИРЕНА PR-СТРАТЕГІЯ: ГАЛУЗЕВИЙ, ЕТИЧНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ВИМІР»	15 балів /15 %	11-й тиждень
	Всього	100 балів /100%	

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичний зріз знань: Оцінювання здійснюється за такими параметрами: форма контролю - усне опитування; максимальна оцінка за одне опитування – 5 балів; протягом модуля враховуються результати кількох опитувань, при цьому загальна сума балів не може перевищувати 20.	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>16-17 балів</i>	<i>18-20 балів</i>
	Студент володіє окремими теоретичним и елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усунути за допомогою викладача.	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни.
Виконання індивідуального проєкту	<i><15 балів</i>	<i>16-23 балів</i>	<i>24-26 балів</i>	<i>27-30 балів</i>
	Вимоги щодо індивідуального проєкту не виконано.	Більшість не виконано, окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній опис управлінського рішення.	Виконано усі вимоги завдання, але є неточності у описаних управлінських рішеннях. Помилки у рішеннях не є системними.	Виконані усі вимоги до індивідуального проєкту, продемонстровано креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми.
Тест множинного вибору	<i><60% правильних відповідей</i>	<i>60-74 % правильних відповідей</i>	<i>75-89 % правильних відповідей</i>	<i>90-100 % правильних відповідей</i>
	Студент володіє окремими теоретичним и елементами курсу.	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі	Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що

	Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	дисципліни, але допускає окремі неточності.	відповідає програмі дисципліни.
--	---	---	---	---------------------------------

5.2. ФОРМАТИВНЕ ОЦІНЮВАННЯ:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Опитування та усні коментарі викладача за його результатами	3,6,9,12 тиждень
2	Самооцінка поточного тестування	6,12 тиждень
3	Перевірка та обговорення проєктів	6,12 тиждень
4	Захист проєктів по об'єкту дослідження	6,12 тиждень
5	Настанови викладача в процесі виконання практичних завдань	кожну пару
6	Обговорення та самокорекція виконаної домашньої роботи студентами	через кожне практичне заняття
7	Розв'язування ситуаційних завдань	на кожній парі
8	Перевірка та оцінювання письмових завдань	3,6,9,12 тиждень

Самооцінювання може використовуватися як елемент сумативного оцінювання, так і формативного оцінювання.

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

Базова

- Литвиненко І. Психологія реклами та паблік рілейшнз : навч.-метод. посіб. Миколаїв : Видавець Торубара В. В., 2022. 480 с.
- Яненко Я. В. Як писати рекламні та PR-тексти : навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2023. 86 с.
- Полякова О. О., Рябініна О. В., Харламов М. І. Основи паблік рілейшнз : практикум. Харків : НУЦЗУ, 2023. 52 с.
- Гарматюк О. В. (уклад.). Паблік рілейшнз: теорія і практика : навч. посіб. / МОН України, Уманський держ. пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Видавець Сочінський М. М., 2024. 266 с.
- Материнська О. А. Комунікація в менеджменті : навч.-метод. посіб. Вінниця : ВДПУ імені М. Коцюбинського, 2024. 112 с.
- Погрібна О. О., Надточій О. Л., Цапок О. М. Рекламна та PR-діяльність організацій : навч. посіб. Черкаси : Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, 2024. 500 с.
- Шаповалова А. М. Сучасний PR: від теорії і практики до політичних комунікацій та цифрових трансформацій : монографія. Київ : КНУТД, 2026. 220 с.

Допоміжна

8. Калениченко Р. А., Телебенева Є. О. Іміджелогія : навч. посіб. Київ : ЦП Компрінт, 2023. 131 с.
9. Романовський О. Г., Грень Л. М., Грибко О. В., Чеботарьов М. К. Інформаційна політика та PR-технології в управлінні : метод. вказівки для студентів спец. 232 «Соціальне забезпечення». Харків : НТУ «ХПІ», 2023. 80 с.
10. Сафронська І. Маркетингові комунікації : навч. посіб. Київ : Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля, 2023. 149 с.
11. Джолос О. Продюсування в аудіовізуальних медіа : навч. посіб. Київ : Навч.-наук. ін-т журналістики, 2024. 84 с.

Інформаційні ресурси

- Public Relations Society of America (PRSA) — <https://www.prsa.org>
- Chartered Institute of Public Relations (CIPR) — <https://www.cipr.co.uk>
- Institute for Public Relations (IPR) — <https://instituteforpr.org>
- Coursera (Public Relations Courses) — <https://www.coursera.org>
- edX (Communication and PR Courses) — <https://www.edx.org>
- PR Daily — <https://www.prdaily.com>
- Spin Sucks — <https://spinsucks.com>
- HubSpot Marketing & PR Blog — <https://blog.hubspot.com>
- Google Scholar — <https://scholar.google.com>
- ResearchGate — <https://www.researchgate.net>
- Marketing Media Review (MMR, Україна) — <https://mmr.ua>

Програмне забезпечення

1. <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=2071>
2. Мультимедіа, відео- і звуковідтворювальна, проєкційна апаратура (відеокамери, проєктори, екрани).
3. Програмне забезпечення (для підтримки дистанційного навчання, Інтернет-опитування, Zoom, Moodle.)