

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра публічного управління, менеджменту інноваційної діяльності та
дорадництва

**«ЗАТВЕРДЖЕНО»
ННІ неперервної освіти
“22” червня 2026 р.**

**РОБОЧА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«PR- КОНСАЛТИНГ»

Галузь знань **D Бізнес, адміністрування та право**

Спеціальність **D3 Менеджмент**

Освітня програма **Управління інноваційною та консалтинговою діяльністю
ННІ неперервної освіти**

Розробник: доцент кафедри публічного управління, менеджменту інноваційної
діяльності та дорадництва, к.е.н, Корінець Р.Я.

Київ – 2026 р.

Опис навчальної дисципліни

«PR- КОНСАЛТИНГ»

PR - консалтинг— є важливою частиною діяльності будь-якої організації, у тому числі й консалтингової. Це особлива функція керування, що сприяє встановленню і підтримці спілкування, взаєморозуміння і співробітництва між організацією і громадськістю, рішенню різних проблем і задач; допомагає керівництву організації бути проінформованим про суспільну думку і вчасно реагувати на неї, бути готовим до будь-яких змін і використовувати їх найбільш ефективно; визначає головну задачу керівництва - служити інтересам громадськості - і робить на ній особливий наголос; виконує роль «системи раннього оповіщення» про небезпеку і допомагає справитися з небажаними тенденціями; використовує дослідження і спілкування, відкрите, засноване на етичних нормах як основних засобах діяльності.

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право	
Спеціальність	D3 Менеджмент	
Освітня програма	Управління інноваційною та консалтинговою діяльністю	
Освітній ступінь	Магістр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова / вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
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	1
Семестр	2	2
Лекційні заняття	15 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	6 год.
Лабораторні заняття	- год.	136 год.
Самостійна робота	105 год.	- год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми здобуття вищої освіти	- год.	- год.

1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «PR-консалтинг» є підготовка студентів до професійної діяльності на основі теорії та практики паблік рілейшнз та отримання студентами базових уявлень про роль зв'язків з громадськістю в сучасному громадянському суспільстві, формування у них уявлення про зв'язок з

громадськістю (PR / паблік рилейшнз) як діяльності, яка регулює соціальні процеси, і як засобу, який розв'язує або пом'якшує соціальні, політичні, економічні кризові ситуації і як засобу, який розв'язує або пом'якшує соціальні, політичні, економічні кризові ситуації.

Перелік навчальних дисциплін, які передують вивченню «Інноваційний менеджмент», «Управлінський консалтинг», «Управління інноваційними проектами», «Міжнародні бізнес комунікації».

Набуття компетентностей:

інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері менеджменту або у процесі навчання, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначеності умов і вимог.

загальні компетентності (ЗК): ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні; ЗК2. Здатність до спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності); ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій; ЗК4. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети; ЗК5. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів); ЗК7. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК): СК1. Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів; СК5. Здатність створювати та організовувати ефективні комунікації в процесі управління; СК6. Здатність формувати лідерські якості та демонструвати їх в процесі управління людьми; СК8. Здатність використовувати психологічні технології роботи з персоналом; СК9. Здатність аналізувати й структурувати проблеми організації, приймати ефективні управлінські рішення та забезпечувати їх реалізацію.

Програмні результати навчання: ПРН1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах; ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для повного терміну денної форми навчання

Назви модулів і тем	Тижні	Кількість годин												
		Денна форма							Заочна форма					
		Всього	у тому числі					Всього	у тому числі					
				л	п	лаб	інд		ср		л	п	ла	інд
1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Змістовий модуль 1. «Паблік рилейшнз: еволюція, наукові основи»														
Тема 1. Сутність та зміст PR	1-2	11	1	2			8	9,5	0,25	0,25			9	
Тема 2. Витоки та історія виникнення PR	2-3	11	1	2			8	9,5	0,25	0,25			9	
Тема 3. Паблік рилейшнз в Україні	3-4	11	1	2			8	10,5	0,25	0,25			10	

Тема 4. PR-консалтинг в державних і фінансових структурах	4-5	11	1	2			8	10,5	1	0,5			9
Тема 5. Міжнародні нормативні акти як основа професійної поведінки	5-6	12	2	2			8	10,5	0,25	0,25			10
Тема 6. Теорія управління в PR. Громадська думка в сфері PR	6-7	11	1	2			8	10,5	1	0,5			9
Разом за модулем 1		67	7	12			48	61	3	2			56
	Змістовий модуль 2. «Громадськість та Паблік Рілейшнз»												
Тема 7. Громадськість в сфері паблік рілейшнз	7-8	11	1	2			8	11,5	1	0,5			10
Тема 8. Комунікація і вплив на громадськість	8-9	10	1	2			7	11,5	1	0,5			10
Тема 9. Взаємовідносини із засобами масової інформації (ЗМІ)	9-10	10	1	2			7	11,5	1	0,5			10
Тема 10. Корупція: основні поняття, правові аспекти, реалії. PR-інструменти запобігання та виявлення корупції	10-11	12	1	4			7	11	0,5	0,5			10
Тема 11. Псевдотехнології паблік рілейшнз і протидія їм	11-12	10	1	2			7	11	0,5	0,5			10
Тема 12. PR-консалтинг в кризових ситуаціях.	12-13	10	1	2			7	10,5	0,25	0,25			10
Тема 13. Лобіювання. Сутність та зміст	13-14	10	1	2			7	10,5	0,25	0,25			10
Тема 14. Імідж і репутація в PR –	14-15	10	1	2			7	11,5	0,5	1			10
Разом за модулем 2		83	8	18			57	89	5	4			80
Всього:		150	15	30			105	150	8	6			136

3. Теми лекцій

№п/п	Назва теми	Кількість годин
1	Тема 1. Сутність та зміст PR	1

2	Тема 2. Витоки та історія виникнення PR	1
3	Тема 3. Паблік рилейшнз в Україні	1
4	Тема 4. PR-консалтинг в державних і фінансових структурах	1
5	Тема 5. Міжнародні нормативні акти як основа професійної поведінки	1
6	Тема 6. Теорія управління в PR. Громадська думка в сфері PR	1
7	Тема 7. Громадськість в сфері паблік рилейшнз	1
8	Тема 8. Комунікація і вплив на громадськість	1
9	Тема 9. Взаємовідносини із засобами масової інформації (ЗМІ)	1
10	Тема 10. Корупція: основні поняття, правові аспекти, реалії. PR-інструменти запобігання та виявлення корупції	1
11	Тема 11. Псевдотехнології паблік рилейшнз і протидія їм	1
12	Тема 12. PR-консалтинг в кризових ситуаціях	1
13	Тема 13. Лобіювання. Сутність та зміст	1
14	Тема 14. Імідж і репутація в PR –консалтингу	1
	Всього:	15

4. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Розпорядок робочого дня двох PR-фахівців та посадові обов'язки PR-спеціаліста	4
2	Є. Бернейз – батько піару та його твір «Пропаганда»	4
3	Кодекс професійної поведінки ІПРА	4
4	Поняття „громадська думка” та методи впливу на її формування	4
5	Як правильно написати прес-реліз	2
6	Розробка технології проведення PR заходу	4
7	Практикум з лобіювання	4
8	Самопіар як спосіб просування до успіху	4
	Разом	30

5. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Сутність та зміст PR.	7
2	Витоки та історія виникнення PR	7
3	PR-консалтингу в Україні	7
4	PR-консалтинг в державних і фінансових структурах	7
5	Міжнародні нормативні акти як основа професійної	7

	поведінки	
6	Громадськість в сфері паблік рилейшнз	7
7	Теорія управління в PR	7
8	Громадська думка в сфері PR	7
9	Комунікація і вплив на громадськість	7
10	Взаємовідносини із засобами масової інформації (ЗМІ)	7
11	Корупція і соціальний капітал	7
12	Псевдотехнології паблік рилейшнз і протидія їм	7
13	PR-консалтинг в кризових ситуаціях	7
14	Лобіювання: сутність, легітимність, практика	7
15	Імідж і репутація в PR –консалтингу	7
	Разом	105

6. Засоби діагностики результатів навчання:

- екзамен;
- модульні тести;
- ессе;
- розрахункові та аналітично- розрахункові роботи;
- баскет-метод, кейс –метод;
- аналіз конкретних ситуацій,
- захист практичних робіт;
- виконання самостійної роботи (в.т.ч. в elearn).

Поточний контроль здійснюється під час проведення модульного контролю.

Підсумковий контроль засвоєння модулів здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях.

Формами контролю засвоєння основного матеріалу курсу визначаються:

1. Опитування студентів під час проведення практичних занять.
2. Контрольні письмові роботи (тести) в аудиторії на практичних заняттях як результат засвоєння матеріалу попередніх тем (в elearn)
3. Індивідуальні завдання для самостійного опрацювання додаткового матеріалу по тематиці курсу (в elearn)
4. Екзаменаційне завдання як результат вивчення всього курсу (в elearn)

7. Методи навчання:

Методи навчання є одним з найважливіших компонентів навчального процесу. Без відповідних методів діяльності неможливо реалізувати цілі і завдання навчання, досягнути відповідних результатів. У процесі навчання зв'язок методу з іншими компонентами зворотній: метод є похідним від цілей, завдань, змісту, форм навчання; водночас він суттєво впливає на можливості їх практичної реалізації.

Навчання прогресує настільки, наскільки дозволяють йому рухатись уперед застосовані методи.

Під час викладення дисципліни «PR-консалтинг» застосовуються наступні методи навчання:

Методи організації і самоорганізації навчально-пізнавальної діяльності:

1. Методи навчання за джерелом передачі та сприймання інформації:

- словесні (лекція, пояснення, семінарське заняття);
- наочні (ілюстрація, демонстрація);
- відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);
- практичні (дослідження, практичні роботи, ессе, індивідуальні семестрові завдання);
- опрацювання літературних джерел.

2. Методи навчання за логікою передачі і сприймання навчальної інформації:

- індуктивні (від одиничного до загального, від конкретного до абстрактного);
- дедуктивні (сприяє засвоєнню навчального матеріалу на основі узагальнень: від загального до одиничного);

3. Методи навчання за рівнем самостійності (напруженості) пізнавальної діяльності, якого досягають студенти, працюючи за схемою навчання, запропонованою викладачем:

- репродуктивний,
- проблемний,
- частково-пошуковий,
- дослідницький;

4. Методи навчання за ступенем керівництва навчальною роботою:

- навчальна робота під керівництвом викладача (практична робота в аудиторії);
- індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти;
- самостійна робота студента;

5. Методи стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

- ділова або рольова гра;
- дискусія;
- «мозкова атака»;
- аналіз конкретних ситуацій;
- інтерактивні методи.

8. Оцінювання результатів навчання.

- Оцінюють знання здобувача вищої освіти за 100-бальною шкалою, яку переводить у національну оцінку згідно з чинним «Положенням про екзамени та заліки у НУБіП України».

8.1. Розподіл балів за видами навчальної діяльності

Вид навчальної діяльності	Результати навчання	Оцінювання
Модуль 1. Паблік рилейшнз: еволюція, наукові основи		
Тема 1. Сутність та зміст PR	ПРН1 Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах. ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.	10
Тема 2. Витоки та історія виникнення PR		10
Тема 3. Паблік рилейшнз в Україні		10
Тема 4. PR-консалтинг в державних і фінансових структурах		10
Тема 5. Міжнародні нормативні акти як основа професійної поведінки		10
Тема 6. Теорія управління в PR. Громадська думка в сфері PR		10
Самостійна робота 1	Здатність до самостійного, автономного пошуку, підбору та критичного узагальнення навчальних і наукових інформаційних джерел, у т.ч. іноземною мовою, за темою самостійної роботи	10
Модульна контрольна робота 1	Демонстрування автономності у виборі та застосуванні інструментарію при виконанні роботи	30
Всього за модулем 1		100
Модуль 2. Громадськість та Паблік Рилейшнз		
Тема 7. Громадськість в сфері паблік рилейшнз	ПРН1 Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах. ПРН 7. Організовувати та здійснювати ефективні комунікації всередині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті.	10
Тема 8. Комунікація і вплив на громадськість		10
Тема 9. Взаємовідносини із засобами масової інформації (ЗМІ)		10
Тема 10. Корупція: основні поняття, правові аспекти, реалії. PR-інструменти запобігання та виявлення корупції		10
Тема 11. Псевдотехнології паблік рилейшнз і протидія їм.		10
Тема 12. PR-консалтинг в кризових ситуаціях.		10
Тема 13. Лобіювання. Сутність та зміст. Тема 14. Імідж і репутація в PR – консалтингу.		10

Самостійна робота 2	Здатність до самостійного, автономного пошуку, підбору та критичного узагальнення навчальних і наукових інформаційних джерел, у т.ч. іноземною мовою, за темою самостійної роботи	10
Модульна контрольна робота 2	Демонстрування автономності у виборі та застосуванні інструментарію при виконанні роботи	30
Всього за модулем 2		100
Навчальна робота		(M1 + M2)/2*0,7 ≤ 70
Екзамен		30
Разом за курс		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). Презентації 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 директором інституту)

9. Навчально-методичне забезпечення

1. Електронний навчальний курс навчальної дисципліни «PR-консалтинг»
<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=490>

10. Рекомендовані джерела інформації

1. Chartered Institute of Public Relations. CIPR Code of Conduct. London : CIPR. URL: https://www.cipr.co.uk/CIPR/About_Us/Governance/Code_of_Conduct.aspx
2. European Commission. The 2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation. Brussels : European Commission, 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>
3. European Public Relations Education and Research Association. Research and Publications. Brussels : EUPRERA. URL: <https://euprera.org>
4. Institute for Public Relations. Research Library. Gainesville : Institute for Public Relations. URL: <https://instituteforpr.org>
5. International Public Relations Association. IPRA Code of Conduct. London : IPRA. URL: <https://www.ipra.org/member-services/code-of-conduct/>
6. OECD. Public Communication Scan of France. Paris : OECD Publishing, 2025. DOI: 10.1787/7450361a-en. URL: https://www.oecd.org/en/publications/public-communication-scan-of-france_7450361a-en.html
7. OECD. Public Communication Scan of the United Kingdom. Paris : OECD Publishing, 2025. DOI: 10.1787/bc4a57b3-en. URL: https://www.oecd.org/en/publications/public-communication-scan-of-the-united-kingdom_bc4a57b3-en.html
8. Public Relations Society of America. Professional Development Resources. URL: <https://www.prsa.org/professional-development>
9. Public Relations Society of America. PRSA Code of Ethics. New York : PRSA. URL: <https://www.prsa.org/about/ethics/prsa-code-of-ethics>
10. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons regarding the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation). Official Journal of the European Union. 2016. L 119. P. 1–88. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>
11. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act). Official Journal of the European Union. 2022. L 277. P. 1–102. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj>
12. Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act). Official Journal of the European Union. 2024. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>
13. Бренд-комунікації: сучасні виміри : колективна монографія / В. Ф. Іванов, Є. В. Ромат, J. W. Wiktor, L. Nemiroff, K. Sanak-Kosmowska, Ю. В. Гаврилечко та ін. ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2023. 200 с. ISBN 978-966-7530-61-7. URL: https://er.knuthd.edu.ua/bitstream/123456789/29605/1/2023_Yevseitseva_88.pdf
14. Гузенко С. В. Копірайтинг у рекламі і PR : методичні рекомендації до самостійної роботи. Миколаїв : Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, 2022. URL: <https://eir.nuos.edu.ua/items/f8613ff2-f4bd-4b1c-8d50-e05dbe1acfb7>
15. ДСТУ ISO 37000:2022. Управління організаціями. Настанови (ISO 37000:2021, IDT). Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2022. Офіційна сторінка міжнародного стандарту: <https://www.iso.org/standard/65036.html>
16. Кальна-Дубінюк Т.П., Буряк Р.І. Паблік рилейшнз /Навч. посібн. для консалтингу. К.: Бізнес-медіа-консалтинг, 2019. 204 с.
17. Квіт С. М. Масові комунікації : підручник. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. ISBN 978-966-518-752-3; ISBN 978-966-2410-99-0 — серія «Могилянський підручник». URL: <https://kvit.ukma.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/Mass-Communications-2018.pdf>

18. Коник Д. Л. Стратегічні комунікації : посібник для державних службовців. Київ : Міжнародний банк реконструкції та розвитку ; Світовий банк, 2016. 256 с. URL: <https://www.slideshare.net/arynasatovska/ss-72555611>
19. Королько В. Г. Основи публік рилейшнз : навчальний посібник. Київ : Інститут соціології НАН України, 1997. 334 с. URL: <https://www.irbis-nbuv.gov.ua/>
20. Королько В. Г., Некрасова О. В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник. 3-тє вид., допов. і перероб. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с. ISBN 978-966-518-521-5. URL: <https://studfile.net/preview/5201131/>
21. Маркетингові комунікації в сучасному мінливому середовищі : монографія / J. W. Wiktor, M. Bajak, P. Chlipała, K. Sanak-Kosmowska, M. O. Багорка, В. Ф. Іванов, Є. В. Ромат та ін. ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, Є. В. Ромата. Київ : Студцентр, 2022. 212 с. ISBN 978-966-7530-59-4. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/bitstreams/969b82e5-7804-4256-88f0-af23745c7171/download>
22. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації : навчальний посібник. 2-ге вид., допов. Київ : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 307 с. ISBN 966-594-105-4. URL: <http://socium.ge/downloads/komunikacisteoria/pochepcov%20teoria%20komunikacii.pdf>
23. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>
24. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI : поточна редакція. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>
25. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI : поточна редакція. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text>
26. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII : поточна редакція. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
27. Про лобіювання : Закон України від 23.02.2024 № 3606-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3606-20#Text>
28. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
29. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР : поточна редакція. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
30. Романовський О. Г., Середа Н. В., Воробйова Є. В. Основи публік рилейшнз : навчально-методичний посібник. Харків : НТУ «ХПІ», 2015. 176 с. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/24307>
31. Ромат Є. В. Маркетингові комунікації : підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Студцентр, 2024. 384 с. ISBN 978-966-7530-62-4. URL: <https://condorbook.prom.ua/ua/p2186623171-marketingovy-kommunikatsii-uchebnik.html>
32. Ромат Є. В. Маркетингові комунікації : підручник. Київ : Студцентр, 2022. 354 с. ISBN 978-966-7530-60-0. URL: <https://library.hneu.edu.ua/storage/new-arrivals-books/April2024/08.pdf>
33. Саврасова-В'юн Т. О. Комунікативний практикум : навчально-методичний посібник. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2024. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/49331/>
34. Ужанська Т. І. Реклама і PR у бізнесі: інтегровані маркетингові комунікації : навчально-методичні матеріали. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/view/creators/%3D%3D0423%3D%3D0436%3D%3D0430%3D%3D043D%3D%3D0441%3D%3D044C%3D%3D043A%3D%3D0430%3D3A%3D%3D0422%3D%3D0435%3D%3D0442%3D%3D044F%3D%3D043D%3D%3D0430%3D%3D0406%3D%3D043B%3D%3D043B%3D%3D0456%3D%3D0432%3D%3D043D%3D%3D0430%3D3A%3D3A.html>
35. Ужанська Т. І. Реклама і PR у бізнесі: маркетингові дослідження в рекламі та PR : навчально-методичні матеріали. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/view/creators/%3D%3D0423%3D%3D0436%3D%3D0430%3D%3D043D%3D%3D0441%3D%3D044C%3D%3D043A%3D%3D0430%3D3A%3D%3D0422%3D%3D0435>

[%3D%3D0442%3D%3D044F%3D%3D043D%3D%3D0430 %3D%3D0406%3D%3D043B%3D%3D043B%3D%3D0456%3D%3D0432%3D%3D043D%3D%3D0430%3D3A%3D3A.html](https://elibrary.kubg.edu.ua/view/creators/%3D%3D0423%3D%3D0436%3D%3D0430%3D%3D043D%3D%3D0441%3D%3D044C%3D%3D043A%3D%3D0430%3D3A%3D3A.html)

36. Ужанська Т. І. Реклама і PR у бізнесі: рекламний менеджмент : навчально-методичні матеріали. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/view/creators/%3D%3D0423%3D%3D0436%3D%3D0430%3D%3D043D%3D%3D0441%3D%3D044C%3D%3D043A%3D%3D0430%3D3A%3D%3D0422%3D%3D0435%3D%3D0442%3D%3D044F%3D%3D043D%3D%3D0430 %3D%3D0406%3D%3D043B%3D%3D043B%3D%3D0456%3D%3D0432%3D%3D043D%3D%3D0430%3D3A%3D3A.html>

37. Ужанська Т. І., Кузнецова І. В. Основи реклами та зв'язків із громадськістю: основи реклами : навчально-методичні матеріали. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2023. URL:

<https://elibrary.kubg.edu.ua/view/creators/%3D%3D0423%3D%3D0436%3D%3D0430%3D%3D043D%3D%3D0441%3D%3D044C%3D%3D043A%3D%3D0430%3D3A%3D%3D0422%3D%3D0435%3D%3D0442%3D%3D044F%3D%3D043D%3D%3D0430 %3D%3D0406%3D%3D043B%3D%3D043B%3D%3D0456%3D%3D0432%3D%3D043D%3D%3D0430%3D3A%3D3A.html>

38. Холод О. М. Комунікаційні технології : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 212 с. ISBN 978-617-673-152-8. URL: <https://epicentrk.ua/ua/shop/komunikatsiyni-tekhnologii-pidruchnik-zatverdzheny-mon-ukraini.html>

39. Шевчук З. В. Основи реклами та зв'язків із громадськістю: основи зв'язків із громадськістю : навчально-методичні матеріали. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. URL: <https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/44742/>