

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Декан факультету аграрного
менеджменту**

А. Д. Остапчук

«_____» _____ 2021 р.

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ
КОМПЛЕКС**

дисципліни

“Спічрайтинг”

для студентів ОС “Магістр” спеціальності 075 “Маркетинг”

КИЇВ-2021

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Декан факультету аграрного
менеджменту**

_____ **А. Д. Остапчук**

«___» _____ **2021 р.**

РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри маркетингу та
міжнародної торгівлі

Протокол № 12 від 20 травня 2021 р.

Завідувач кафедри

_____ (Буряк Р. І.)

”РОЗГЛЯНУТО ”

Гарант ОП «Маркетинг»

_____ к.е.н., проф. Луцій О. П.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Спічрайтинг

(назва навчальної дисципліни)

спеціальність 075 «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»
Факультет аграрного менеджменту

Розробник: к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Нагорна Олена Вікторівна

Київ – 2021р.

1. Опис навчальної дисципліни
Спічрайтинг
(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	<i>Магістр</i>	
Спеціальність	<i>075 «Маркетинг»</i>	
Освітня програма	<i>Маркетинг</i>	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	<i>Екзамен</i>	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)		1
Семестр		7
Лекційні заняття		<i>4 год.</i>
Практичні, семінарські заняття		<i>12 год.</i>
Лабораторні заняття		-
Самостійна робота	<i>75</i>	- год.
Індивідуальні завдання		- год.
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання		

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Спічрайтинг» є набуття знань та практичних навичок з написання текстів та промов, обставинами їх проголошення. Дисципліна «Спічрайтинг» обов'язкова в системі підготовки фахівця з реклами та зв'язків з громадськістю, визначення ролі публічних виступів у процесі формування маркетингових позицій суб'єкта соціальних комунікацій; ознайомлення з історією становлення і розвитку науки риторики і ораторського мистецтва; вивчення законів публічного мовлення; усвідомлення психологічних засад діяльності спічрайтера і оратора; ознайомлення з основними засобами переконання і здійснення вербального впливу на аудиторію, з основними засобами здійснення невербального впливу на аудиторію, з композицією промови, зі специфікою підготовки різних видів промов за обставинами виголошення промови, специфікою підготовки різних видів промов за їхніми психологічними мотивами; зі специфікою підготовки різних видів промов за сферою і цільовим спрямуванням.

Завдання: вивчення структури, інформаційного забезпечення спічрайтингу; підготовка магістра до практичного спічрайтингу;

Предмет навчальної дисципліни «Спічрайтинг» теорія і практика підготовки усних публічних виступів для різних сфер діяльності.

Зміст дисципліни спрямовано на вивчення процесу планування маркетингу, чинників, методів, прогнозів. Вивчення дисципліни "Спічрайтинг" ґрунтується на раніше отриманих студентами знаннях, практичних навичках та вміннях з дисциплін «Маркетинг», «Маркетингова політика комунікацій», «Паблік Рілейшнз» тощо.

В результаті вивчення дисципліни магістрант повинен **знати:**

- засади діяльності спічрайтера;
- основні поняття, тлумачення і терміни спічрайтингу, риторики, ораторського мистецтва;
- етичні принципи діяльності спічрайтера ;
- типи мовлення, види промов;
- технології регулювання взаємодії оратора і аудиторії за допомогою вербальних і невербальних засобів;
- основні закони і закономірності діяльності спічрайтера і підготовки промов;
- композицію промови;
- специфіку роботи над кожним зі структурних елементів промови;
- специфіку роботи з різними психологічними типами аудиторії;
- специфіку підготовки промов для різних соціологічних моделей аудиторії;
- види аргументів;
- види допоміжного матеріалу в промові;
- історію становлення спічрайтингу як гілки риторики і ораторського мистецтва;
- специфіку публічного мовлення залежно від характеру політичного устрою, суспільного ладу;

- особливості політичного мовлення;
- особливості мовленнєвого впливу в різних сферах і комунікативних ситуаціях.

Магістрант повинен **вміти**:

- визначати мету підготовки публічного виступу;
- формувати композицію промови;
- виробляти стратегію публічного виступу;
- застосовувати різні види аргументів у публічному виступі;
- застосовувати різні засоби мовленнєвого впливу в тексті публічного виступу;
- готувати тексти промов відповідно до сфери, теми, характеру аудиторії, часу, місця виступу тощо;
- аналізувати готовий публічний виступ за системою критеріїв; виголошувати промову.

Набуття компетентностей:

Загальні компетентності (ЗК):

- ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.
- ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

Спеціальні (фахові) компетентності (ФК):

- СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
 - СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
 - СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
 - СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.
 - СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
 - СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
- Додатково для освітньо-наукових програм:
- СК10. Здатність презентувати та оприлюднювати результати наукових досліджень у сфері маркетингу.
 - СК11. Здатність застосовувати знання з педагогіки і психології у навчальному процесі у закладах вищої освіти.

3. Програма та структура навчальної дисципліни «Спічрайтинг» для повного терміну денної (заочної) форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин													
	денна форма							Заочна форма						
	тиж-ні	усього	у тому числі					усього	у тому числі					
			л	п	лаб	ін д	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Змістовий модуль 1. Теоретичні та практичні засади спічрайтингу														
Тема 1. Поняття спічрайтингу та його виникнення.	1							2	2					
Тема 2. Становлення спічрайтингу як сфери практичної діяльності.	2-3							2		2				
Тема 3. Особливості підготовки спічрайтерського твору. Стратегічні параметри дослідження.	4-5							2		2				
Тема 4. Підготовка публічного виступу. Композиція промови.	6-7							2		2				
Разом за змістовим модулем 1								6	2	4				
Змістовий модуль 2. Практичні засади підготовки та написання тексту промови. Психологічні аспекти публічних виступів та підготовки промови														
Тема 5. Реалізація усного публічного виступу.	8-9							2	1	1				
Тема 6. Види публічних виступів в діяльності оратора.	10							2	1	1				
Тема 7. Психологічні та соціологічні засади підготовки публічних виступів.	11-12							2		2				
Тема 8. Засоби переконання в публічному виступі.	13-14							2		2				
Тема 9. Літературна обробка текстів науково-ділового характеру	15							2		2				
Разом за змістовим модулем 2								10	2	8				
Усього годин								16	4	12				

Програма навчальної дисципліни

Модуль I. Теоретичні та практичні засади спічрайтингу.

Тема 1. Поняття спічрайтингу та його виникнення.

- 1.1 Підходи до визначення поняття “спічрайтерство”.
- 1.2 Історія виникнення спічрайтерства.
- 1.3 Зв’язок спічрайтерства з іншими галузями знань
- 1.4. Професійні знання та вміння спічрайтера
- 1.5. Роль усного публічного виступу в процесі формування іміджу політика, топ-менеджера, діяча культури тощо.

Тема 2. Становлення спічрайтингу як сфери практичної діяльності.

- 2.1. Риторика античності.
- 2.2. Метод маевтики давньогрецького філософа Сократа, його етичні засади.
- 2.3. Специфіка риторики періоду раннього християнства.
- 2.4. Риторика часів революцій та інших форм зміни влади.
- 2.5. Можливості використання традицій класичної риторики сучасності в діяльності спічрайтера.

Тема 3. Особливості підготовки спічрайтерського твору. Стратегічні параметри дослідження.

- 3.1. Види публічних виступів.
- 3.2. Отримання замовлення як перший етап підготовки твору.
- 3.3. Вибір теми дослідження
- 3.4. Стратегічні параметри дослідження теми публічного виступу.

Тема 4. Підготовка публічного виступу. Композиція промови.

- 4.1. Особливості поведінки промовця.
- 4.2. Використання вербальних засобів впливу.
- 4.3. Використання невербальних засобів впливу.
- 4.4. Композиція та побудова промови.

Змістовий модуль 2. Практичні засади підготовки та написання тексту промови. Психологічні аспекти публічних виступів та підготовки промови.

Тема 5. Реалізація усного публічного виступу.

- 5.1. Текст і його виголошення: особливості етапу реалізації виступу.
- 5.2. Сутність закону ефективної комунікації.
- 5.3. Сутність системно-аналітичного закону риторики.
- 5.4. Позаштатні ситуації під час виступу і підготовка оратора до них.
- 5.5. Виголошення промов.

Тема 6. Види публічних виступів в діяльності оратора.

- 6.1. Типи мовлення: монолог, діалог, полілог та ін.
- 6.2. Зв'язок між типами мовлення і видами публічних виступів.

6.3. Типи мовлення і види виступів відповідно до сфер спілкування: політика, економіка, бізнес, культура, адміністрування тощо.

Тема 7. Психологічні та соціологічні засади підготовки публічних виступів.

- 7.1. Психологічні особливості підготовки спічрайтинського твору.
- 7.2. Особливість побудови публічного виступу.
- 7.3. Способи взаємодії оратора з аудиторією.
- 7.4. Соціологічне забезпечення публічного виступу.
- 7.5. Етика публічного виступу.

Тема 8. Засоби переконання в публічному виступі.

- 8.1. Аргументація, види аргументів.
- 8.2. Визначення, види визначень.
- 8.3. Факти, приклади, їхні види та особливості використання.
- 8.4. Авторитет оратора: специфіка посилянь.
- 8.5. Еристичні прийоми в мовленні. Актуалізація, провокація.
- 8.6. Конраргументація: культура полеміки, культура дискусії.

Тема 9. Літературна обробка текстів науково-ділового характеру

- 9.1. Методика мовностилістичного аналізу складеного тексту.
- 9.2. Оцінювання й редагування композиції ділового повідомлення
- 9.3. Типові недоліки письмової роботи науково-ділового характеру
- 9.4. Ознаки високоякісної письмової роботи науково-ділового характеру

4. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Модуль 1.		
1.	Поняття спічрайтингу та його виникнення.	
2.	Становлення спічрайтингу як сфери практичної діяльності.	2
3.	Особливості підготовки спічрайтерського твору. Стратегічні параметри дослідження.	2
4.	Підготовка публічного виступу. Композиція промови.	2

Модуль 2.		
5.	Реалізація усного публічного виступу.	1
6.	Види публічних виступів в діяльності оратора.	1
7.	Психологічні та соціологічні засади підготовки публічних виступів.	2
8.	Засоби переконання в публічному виступі.	2
9.	Літературна обробка текстів науково-ділового характеру	2

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Модуль 1		
1.	Поняття спічрайтингу та його виникнення.	
2.	Становлення спічрайтингу як сфери практичної діяльності.	
3.	Особливості підготовки спічрайтерського твору. Стратегічні параметри дослідження.	
4.	Підготовка публічного виступу. Композиція промови.	
Модуль 2		
5.	Реалізація усного публічного виступу.	
6.	Види публічних виступів в діяльності оратора.	
7.	Психологічні та соціологічні засади підготовки публічних виступів.	
8.	Засоби переконання в публічному виступі.	
9.	Літературна обробка текстів науково-ділового характеру	

8. Контрольні питання до вивчення дисципліни «Спічрайтинг»

- 1) Спічрайтинг як напрямок PR-діяльності.
- 2) Зв'язок спічрайтингу з іншими напрямками ПР діяльності.
- 3) Роль спічрайтингу в процесі формування іміджу.
- 4) Види публічних виступів (класифікація за умовами виголошення промови)
- 5) Види публічних виступів (класифікація за змістом і психологічними мотивами виступу).
- 6) Поняття риторичного ідеалу.
- 7) Динамічний характер риторичного ідеалу. Порівняльна характеристика риторичного ідеалу в тоталітарному і демократичному суспільствах.
- 8) Риторика в античності, закономірності виникнення та розвитку.
- 9) Софістика, її історія та теоретичні засади.
- 10) Софістичні методи переконання в сучасному політичному красномовстві.
- 11) Сократ. Метод маєвтики Сократа.
- 12) Демосфен і його принципи роботи над текстом публічного виступу.
- 13) Арістотель. Біографічні відомості та наукова спадщина.
- 14) Ораторське мистецтво в Давньому Римі: значення та особливості розвитку. Цицерон. Біографічні дані та риторична спадщина.
- 15) Витоки церковно-богословського красномовства.
- 16) Гомілетика та її видатні представники періоду раннього християнства.
- 17) Риторична діяльність в Київській Русі. Іларіон Київський.
- 18) Ф.Прокопович – класик української риторичної науки.
- 19) Братські школи, їхня роль в історії української культури та становленні вітчизняної риторики. Києво-Могилянська Академія.
- 20) Закони риторики. Загальна характеристика.
- 21) Сутність концептуального закону.
- 22) Сутність закону моделювання аудиторії.
- 23) Сутність стратегічного закону.
- 24) Сутність тактичного закону.
- 25) Сутність мовленнєвого закону. Комунікативні якості мовлення.
- 26) Сутність закону ефективної комунікації.
- 27) Сутність системно-аналітичного закону.
- 28) Логічні основи риторики: закони логіки.
- 29) Логічні основи риторики: форми логічного мислення.
- 30) Логічні основи риторики: прийоми логічного мислення.
- 31) Психологічні засади риторики: категорія інтересу.
- 32) Психологічні засади риторики: увага.
- 33) Психологічні засади риторики: пам'ять
- 34) Психологічні засади риторики: рівні сприйняття інформації.
- 35) Робота над фактами та теоретичним матеріалом при підготовці усного публічного виступу.

- 36) Місце фактичного матеріалу в суспільно-політичній промові.
- 37) Цитати, їхня роль та способи використання в промові.
- 38) Форми підготовки промови.
- 39) Композиція промови. Структура доведення.
- 40) Поняття аргументу та його види. Система аргументації в суспільно-політичній промові.
- 41) Риторичні стилістичні засоби. Тропи та їх види.
- 42) Вимоги до усного публічного виступу.
- 43) Критерії оцінки усного публічного виступу.
- 44) Поняття адаптації оратора і аудиторії, характер взаємин між ними.
- 45) Діалог та його різновиди: спір, дискусія, полеміка, бесіда, нарада.
- 46) Політичні дискусія як вид спору.
- 47) Політичні дебати як різновид полеміки.
- 48) Мета та способи діалогізації усного виступу.
- 49) Суспільно-політичне красномовство, його види.
- 50) Академічне і лекційно-пропагандистське красномовство.
- 51) Соціально-побутове та торговельне красномовство.
- 52) Історія еристики як науки про спір.
- 53) Види запитань.
- 54) Психологічні типи мовців.
- 55) Порівняльний аналіз усного та письмового викладу.

9. Комплект тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
Спеціальність 075«Маркетинг»	Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2021-2022 навчальний рік	ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1 з дисципліни «Спічрайтинг»	Затверджую Зав. кафедри _____ (підпис) Буряк Р.І. (ПІБ) _____ 2021 р.

1. Охарактеризувати роль усного публічного виступу в процесі формування іміджу політика.

2. Вказати посадові обов'язки відповідно до посадової інструкції для спічрайтера як співробітника ПР відділу політичної партії.

3. Тестові завдання:

1. Ораторське мистецтво – це:

1	мистецтво переконання;
2	наука управління мисленнєво-мовленнєвою діяльністю слухача;
3	наука переконання;
4	відповіді 1-3 доповнюють одна одну.

2. Аргумент” у перекладі з латинської означає:

1	доказ;
2	підстава;
3	твердження;
4	факт

3. Основними професійно-особистісними якостями спічрайтера є:

1	комунікаційна культура;
2	компетентність;
3	галузева підготовка;
4	знання професійних програм

4. До громадсько-політичної промови належить:

1	виступ на мітингу;
2	звітна доповідь;
3	навчальна лекція;
4	привітальні слова

5. Вставте пропущене слово у речення.

Людина, що пише промову, доповідь, звіт та інші творчі роботи досить великого обсягу для когось, щоб віддати свою працю в його розпорядження називається

(відповідь впишіть у бланк відповідей)

6. Продовжіть речення: Доповідь – це...

(у бланку відповідей впишіть поняття, що відображає дане визначення)

7. Оптимальна тривалість промови як виду публічного виступу:

1	15-20 хв
2	до 10 хв
3	10-15 хв.
4	15-20 в

8. Публічний виступ, основним призначенням якого є пропаганда наукових знань має назву

(відповідь впишіть у бланк відповідей одним словом)

9. Аргумент - це:

1	спосіб доведення своїх думок виступаючим
2	прийом переконання кого-небудь в чому-небудь за допомогою посилання на існуючий досвід
3	спосіб переконання, прийом промови, за допомогою якого можна досягти згоди партнера в думці, спонукати його до ухвалення вашої точки зору
4	відповіді 1 та 2 є вірними

10. Жанром публічного виступу не є:

1	наукова лекція та дискусія;
2	громадсько-політичні промови;
3	промови з нагоди урочистих зустрічей;
4	судова промова.

10. Індивідуальні завдання

Розробити індивідуальний проект (скласти промову та публічно виступити) – виступи для керівників підприємств для конкретних ситуацій. Роботу потрібно оформити у друкованому вигляді (20-25 сторінок формату А4).

11. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, відео-матеріали виступів, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання, розглядаються виконані завдання студентів, обговорення публічних виступів.

12. Форми контролю

Виконання модульних і рубіжних контрольних робіт, індивідуальних робіт, ситуаційних завдань, тестових завдань, самостійне вивчення окремих тем курсу.

Оцінювання навчальних досягнень студентів за усіма видами навчальних робіт проводиться за *поточним* та *підсумковим* контролюми. Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у письмовій формі. Контрольні завдання за змістовим модулем включають тестові питання (30 тестів).

Контроль самостійної роботи проводиться:

з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів;

з практичних занять – з допомогою перевірки виконаних завдань.

Усі контрольні заходи включено до 100-бальної шкали оцінювання.

Підсумковий семестровий контроль знань відбувається на заліку у письмовій формі. Екзаменаційний білет включає 10 тестів та 2 теоретичних (практичних) питання, за який студент отримує 30 балів.

13. Розподіл балів, які отримують студенти.

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Рейтинг студента, бали	Оцінка національна за результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{НР}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{НР}} + R_{\text{АТ}}$.

14. Методичне забезпечення

1. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Спічрайтинг» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» ОС «Магістр» – К.: ЦП «Компринт» – 2018. – 20 с.

12. Рекомендована література

Основна:

1. Бредемайер Карстен. Искусство словесной атаки. Практическое руководство \ Карстен Бредемайер; Пер. с нем. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 187 с.
2. Кальна-Дубінюк Т.П., Буряк, Р.І. Паблік рілейшнз. Навчальний посібник. - К.:, 2010. - 204 с.
3. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. – К.: “Глобус”, 1995. – 187с.
4. Ковтун Т.В. Риторика. Хрестоматія. – К.: КиМУ, 2003. – 80 с.
5. Куньч Зоряна. Риторичний словник. – К.: Рідна мова, , 1997. – 341 с.
6. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Навч. Посібник. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с.
7. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін. ; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. – 2-ге вид. – Х. : Право, 2015. – 208 с.
8. Плотницька І.М., Левченко О. П. Ораторське мистецтво : навч.-метод. посіб. / авт.-уклад. : І. М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін. ; за ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. – 2-ге вид., стер. – К. : НАДУ, 2011. – 128с.
9. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – «Рефл-бук» «Ваклер», 2001. – 349 с.
10. Романенко Ю.В., Скідін Л.О. Механізми символічної інтеракції в комунікаціях, політиці, мистецтві: візуально-аналітичний та соціосимволічний аспекти.- К., 2011.
11. Сагач Г. М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації: Навч. Посібник — К. : Зоря, 2003. — 255с.
12. Хоменко І. В. Еристика. Мистецтво полеміки: Навч. Посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2001. – 192 с.

Допоміжна:

13. Основы риторики для менеджеров: Учебно-практическое пособие. – Ужгород: Инпроф, 1998. – 396 с.
14. Сагач Г.М. Золотослів: Хрестоматія по курсу риторики. – К.: Школяр, 1992. – 416 с.
15. Томан Іржі. Мистецтво говорити: Пер. з чеськ. – К.: Політвидав України, 1989. – 293 с.
16. Фоміна Е. О., Лобачева О. И. Спічрайтинг як засіб політичного піару [Електронний ресурс]. – Режим доступу: sibac.info/sites/default/files/conf/files/stud

17. Creating corporate reputations. Identity, Image, Performance. – Oxford, University Press, 2001. 344 p.
18. Henry R.A. Marketing Public Relations: The HOWS That make It Work. Iowa State University Press, 2000. – 296 p.
19. Seitel F.P. The Practice of Public Relations. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1998. - 576 p.

14. Інформаційні ресурси

Офіційні сайти Інтернет, законодавчі та нормативні акти, періодичні видання (спеціалізовані журнали: «Корпоративная имиджелогия», «Служба PR», «Маркетинг в Україні», «Маркетинг и реклама» та ін.)