

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
ІМ. Б.Д. ГАВРИЛИШИНА

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор
ННІМВ ім. Б. Д. Гаврилишина



Ірина ІВАЩУК

« 31 » _____ 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. проректора
з науково-педагогічної роботи



Віктор ОСТРОВЕРХОВ

« 31 » _____ 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА
з дисципліни

«ОРГАНІЗАЦІЯ СУСПІЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ»

Ступінь вищої освіти - бакалавр

Галузь знань 29 Міжнародні відносини

Спеціальність 291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії

Освітньо-професійна програма «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»

кафедра міжнародних відносин та дипломатії

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (год.)	ІРС (год.)	Тренінг, КПЗ (год.)	СРС (год.)	Разом (год.)	Екзамен (сем.)
Денна	II	4	28	28	3	9	52	120	4

31.08.23. *В. Іващук*

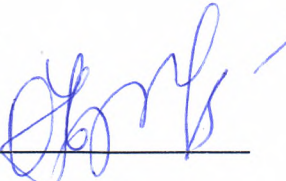
Тернопіль - ЗУНУ, 2023

Робоча програма складена на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалавра галузі знань 29 «Міжнародні відносини», спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії», затвердженої Вченою Радою ЗУНУ (протокол №9 від «15» червня 2022 року).

Робочу програму склала кандидат наук із соціальних комунікацій, старший викладач кафедри міжнародних відносин та дипломатії Людмила Комінярська.

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри міжнародних відносин та дипломатії, протокол №1 від «29» серпня 2023 року

Завідувач кафедри міжнародних відносин
та дипломатії
д.е.н., проф. Тулай О. І.




Розглянуто та схвалено групою забезпечення спеціальності 291
«Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
№ 1 від «29» серпня 2023 року

Голова групи забезпечення спеціальності
д. іст. н., професор Дацків І. Б.



Гарант ОПП
д. іст. н., професор Дацків І. Б.



СТРУКТУРА РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

"Організація суспільних комунікацій"

1. Опис дисципліни "Організація суспільних комунікацій"

Дисципліна – Організація суспільних комунікацій	Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Кількість кредитів ECTS – 4	Галузь знань – 29 "Міжнародні відносини"	Статус дисципліни – обов'язкова дисципліна Мова навчання – українська
Кількість залікових модулів – 4	Спеціальність – 291 "Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії"	Рік підготовки – 2 Семестр – 4
Кількість змістових модулів – 2	Ступінь вищої освіти – бакалавр	Лекції – 28 год., Практичні заняття – 28 год.
Загальна кількість годин – 120		Самостійна робота – 53 год. Тренінг, КПЗ – 8 год. Індивідуальна робота – 3 год.
Тижневих годин – 8 год., з них аудиторних – 4 год.		Вид підсумкового контролю – екзамен

2. Мета і завдання дисципліни "Організація суспільних комунікацій"

2.1. Мета вивчення дисципліни. Мета курсу "Організація суспільних комунікацій" – забезпечення студентів теоретичними знаннями та практичними вміннями і навичками для успішного виконання професійних обов'язків у сфері міжнародних відносин з акцентом на розвиток компетентностей, необхідних для підготовки фахівців-міжнародників, здатних комплексно досліджувати, аналізувати і прогнозувати основні тенденції розвитку міжнародних відносин, планувати і реалізовувати комунікативні стратегії та кампанії суб'єктів міжнародних відносин, виявляти і протидіяти інформаційним загрозам на національному і міжнародному рівнях.

2.2. Завдання вивчення дисципліни: надати знання про теоретичні та прикладні аспекти комунікацій; системний характер та структуру міжнародних комунікацій; зарубіжний та український досвід використання комунікативних технологій для вирішення професійних завдань. Сформувані вміння і практичні навички з визначення стратегії комунікативного супроводження діяльності суб'єктів міжнародних відносин та окремих їхніх проектів, застосування комунікативних технологій у практичній діяльності, сформувані навички практичного застосування методів, інструментів, типів, каналів та засобів комунікації.

2.3. Найменування та опис компетентностей, формування котрих забезпечує вивчення дисципліни "Організація суспільних комунікацій":

ЗК3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК4. Знання та розуміння предметної області, розуміння професійної діяльності.

ЗК12. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

СК4. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі і практичні проблеми у сфері

міжнародних відносин, зовнішньої політики держав, суспільних комунікацій, регіональних досліджень.

СК10. Здатність аналізувати структуру та динаміку міжнародних суспільних комунікацій, виявляти їх вплив на міжнародну систему, державні та суспільні інститути.

Передумови для вивчення дисципліни. Обов'язкова дисципліна циклу професійної підготовки "Організація суспільних комунікацій" тісно взаємодіє з такими дисциплінами, як: «Українська мова за професійним спрямуванням»; «Психологія професійної діяльності»; «Інформаційно-комунікаційні технології».

Результати навчання:

РН05. Знати природу та механізми міжнародних комунікацій.

РН13. Вести фахову дискусію із проблем міжнародних відносин, міжнародних комунікацій, регіональних студій, зовнішньої політичної діяльності, аргументувати свою позицію, поважати опонентів і їхню точку зору.

3. Програма дисципліни "Організація суспільних комунікацій"

Змістовий модуль 1. Концептуальні основи суспільних комунікацій **Тема**

1. Комунікація та її роль у сучасному суспільстві

Сутність суспільних комунікацій: цілі, функції, етапи. Кореляція понять «комунікація», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «інформація», «масова інформація». Актуальні проблеми суспільних комунікацій. Рівні суспільної комунікації. Основні компоненти суспільної комунікації.

Література: 2, 5, 8, 12, 13, 19.

Тема 2. Інформація як основний елемент комунікаційних систем

Масова інформація як різновид соціальної інформації, її природа та ознаки. Види та функції масової інформації в масовокомунікаційній діяльності. Інформаційне суспільство, його визначення та ознаки.

Література: 5, 8, 10, 12, 15, 19, 20.

Тема 3. Комунікативні процеси суспільного розвитку

Поняття комунікативного процесу: зміст етапів і основні характеристики. Забезпечення процесу комунікацій. Зворотний зв'язок і прийняття рішень. Комунікативні процеси в контексті глобалізації. Технології впливу на суспільну думку. Задачі комунікативних потоків. Статус інформаційного простору. Перформанс.

Література: 5, 7, 8, 11, 17, 21.

Тема 4. Засоби і методи масово-комунікативного впливу

Інтернет як засіб масової комунікації. Види масовокомунікаційних технологій. PR-технології. Рекламні технології. Іміджеві технології. Пропагандистські технології. Кризові комунікації. Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям.

Література: 7, 11, 15, 20, 22.

Тема 5. Суспільні комунікації у формуванні іміджу організації

Формування іміджу як складова суспільних комунікацій. Методи створення іміджу. Об'єкти створення іміджу. Функції іміджу. Розбудова та реалізація іміджу. Імідж і репутація: спільне й відмінне. Імідж організації : основні ознаки, особливості та структура. Практика «розкрутки» іміджу. Основні етапи формування іміджу організації.

Позиціонування. Підвищення та зниження іміджу.

Література: 1,2, 3, 5, 9, 23.

Змістовий модуль 2. Інструментарій суспільних комунікацій

Тема 6. ЗМІ як суспільний інститут.

Суспільні ролі масової інформації як засобу масової комунікації. Основні потоки масової інформації в масовій комунікації. Специфічні властивості масової інформації. Критерії свободи ЗМІ та проблеми медіа виховання аудиторії. Культура споживання масової інформації. Масова інформація як інструмент впливу в масовокомунікаційній діяльності. Інформація та процес її сприйняття.

Література: 5, 7, 8, 20.

Тема 7. Комунікативні технології

Розвиток комунікативних технологій у XXI ст. Визначення поняття «технологія». Складові комунікативної технології: систематичність, масовість, алгоритмічність. Характеристика основних комунікативних технологій: пропаганда, реклама, PR (зв'язки з громадськістю).

Література: 3, 4, 11, 17, 18.

Тема 8. Особливості PR-комунікації

Структура, цілі та завдання комунікацій з громадськістю у сучасному суспільстві. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів. Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності. Мультикультурне середовище як фактор здійснення PR-комунікації.

Література: 2, 5, 11, 17, 21.

Тема 9. Світові мас-медіа

Компетентнісний підхід до розуміння контенту в мас-медіа. Структура європейської мас-медійної сфери. Саморегулювання діяльності мас-медіа в Європі. Діяльність французького медіаконгломерату "Vivendi SA". Діяльність видавничого концерну ФРН "Bertelsmann". Група провідних європейських медіа-компаній "ProSiebenSat.1". Діяльність каналу "Euronews". Використання медіа-дипломатії для створення позитивного іміджу України у світі.

Література: 7, 11, 17, 18, 19, 20.

Тема 10. Новітні інформаційні технології у суспільних комунікаціях

Особливості інформаційних потоків у сучасному суспільстві. Інформаційна асиметрія в глобальному комунікативному просторі: теоретичні аспекти. Розвиток новітніх інформаційних технологій. Міжнародний ринок інформаційних технологій. Використання інформаційних технологій як "консцієнтальної зброї" у системі сучасних суспільних комунікацій. Причини виникнення інформаційних конфліктів. Інформаційно-комунікативні технології розпалювання міжнаціональних конфліктів. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України.

Література: 7, 17, 18, 19, 21.

4. Структура залікового кредиту дисципліни "Організація суспільних комунікацій"

	Кількість годин	
--	-----------------	--

	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота	Тренінг, КППЗ	Конт рольні заходи
Змістовий модуль 1. Концептуальні основи суспільних комунікацій						
<i>Тема 1. Комунікація та її роль у сучасному суспільстві</i>	2	2	4	2	4	Пот. оп.
<i>Тема 2. Інформація як основний елемент комунікаційних систем</i>	4	4	5			Пот. оп.
<i>Тема 3. Комунікативні процеси суспільного розвитку</i>	4	4	5			Групові завдання
<i>Тема 4. Засоби і методи масово-комунікативного впливу</i>	4	4	5			Групові завдання
<i>Тема 5. Суспільні комунікації у формуванні іміджу організації</i>	4	4	5			Пот. оп.
Змістовий модуль 2. Інструментарій суспільних комунікацій						
<i>Тема 6. ЗМІ як суспільний інститут.</i>	2	2	5	1	4	Групові завдання
<i>Тема 7. Комунікативні технології</i>	2	2	5			Пот. оп.
<i>Тема 8. Особливості PR-комунікації</i>	2	2	6			Групові завдання
<i>Тема 9. Світові мас-медіа</i>	2	2	6			Групові завдання
<i>Тема 10. Новітні інформаційні технології у суспільних комунікаціях</i>	2	2	6			Групові завдання
Разом	28	28	53	3	8	

5. Тематика практичних занять

Практична робота № 1

Тема. Комунікації у сучасному суспільстві

Мета. Засвоєння сутності комунікації як суспільного явища.

Питання для обговорення:

1. Комунікація як складова розвитку суспільства.
2. Суспільні комунікації: сутність, цілі, функції.
3. Особливості суспільних комунікацій в сучасних умовах розвитку міжнародних відносин.
4. Кореляція понять «комунікація», «соціальні комунікації», «масові комунікації», «інформація», «масова інформація».
5. Рівні суспільної комунікації. Основні компоненти суспільної комунікації.

Література: 2, 5, 8, 12, 13, 19, 20.

Практична робота № 2-3

Тема. Інформація як основний елемент комунікаційних систем

Мета. Засвоєння сутності поняття інформації як основного елементу комунікаційних

систем.

Питання для обговорення:

1. Масова інформація як різновид соціальної інформації, її природа та ознаки.
2. Види та функції масової інформації в масово-комунікаційній діяльності.
3. Інформаційне суспільство, його визначення та ознаки.

Література: 2, 5, 8, 12, 13, 14.

Практична робота №4-5-4

Тема. Комунікативні процеси та технології

Мета. Засвоєння основних теоретичних та практичних аспектів функціонування комунікативного процесу.

Питання для обговорення:

1. Комунікативні процеси в суспільстві.
2. Посткомунікативні процеси.
3. Сучасні комунікативні технології.

Література: 5, 7, 8, 11, 17, 20.

Практична робота № 6-7

Тема. Засоби і методи масово-комунікативного впливу

Мета. Засвоєння методів масово-комунікативного впливу.

Питання для обговорення:

1. Бар'єри як перешкоди в комунікативному обміні.
2. Усунення перешкод в комунікативному обміні.
3. Подолання бар'єрів нерозуміння, бар'єрів відмінностей, бар'єрів відносин.

Література: 5, 8, 10, 12, 15, 19, 20.

Практична робота № 8-9

Тема. Суспільні комунікації у формуванні іміджу організації

Мета. Засвоєння особливостей суспільних комунікацій у формуванні іміджу організації.

Питання для обговорення:

1. Формування іміджу як складова суспільних комунікацій.
2. Методи створення іміджу.
3. Об'єкти створення іміджу. Функції іміджу.
4. Розбудова та реалізація іміджу.
5. Імідж і репутація: спільне й відмінне.
6. Імідж організації : основні ознаки, особливості та структура.

Література: 1,2, 3, 5, 9, 11, 18.

Практична робота № 10

Тема. ЗМІ як суспільний інститут.

Мета. Засвоєння знань про ЗМІ як суспільного інституту.

Питання для обговорення:

1. Суспільні ролі масової інформації як засобу масової комунікації.
2. Основні потоки масової інформації в масовій комунікації.
3. Специфічні властивості масової інформації.

4. Критерії свободи ЗМІ та проблеми медіавиховання аудиторії.
 5. Культура споживання масової інформації.
 6. Масова інформація як інструмент впливу в масово-комунікаційній діяльності.
- Література: 5, 7, 8, 20.

Практична робота № 11

Тема. Комунікативні технології

Мета. Засвоєння комунікативних технологій.

Питання для обговорення:

1. Застосування комунікативних технологій у сучасному суспільстві.
2. PR-комунікації.
3. Використання технологій пропаганди у виборчих перегонах, військових діях та соціальній сфері.
4. Практичне використання комунікативних технологій перфомансу у сучасному суспільстві.
5. Комунікаційні кампанії.

Література: 3, 4, 11, 17, 21.

Практична робота № 12

Тема. Паблік рилейшнз в системі суспільних комунікацій

Мета. Використання паблік рилейшнз (PR) як засобу суспільних комунікацій.

Питання для обговорення:

1. Провідні стратегії паблік рилейшнз як комунікативної сфери.
2. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів.
3. Засоби міжнародних організацій здійснення зв'язків з громадськістю.
4. Кризові паблік рилейшнз.

Література: 2, 5, 11, 13, 18.

Практична робота № 13

Тема. Детермінанти впливу мас-медіа на формування міжнародної політики.

Мета. Застосування інструментів мас-медіа.

Питання для обговорення:

1. Чинники впливу мас-медіа на формування міжнародної політики.
2. Етапи розвитку ЗМІ як інструменту політичної комунікації.
3. Функції ЗМІ на сучасному етапі розвитку міжнародних відносин, можливості впливу на конструювання світової громадської думки.

Література: 7, 9, 11, 21, 23.

Практична робота № 14

Тема. Інформаційно-комунікативні технології у суспільних комунікаціях

Мета. Засвоєння засобів інформаційно-комунікаційних технологій.

Питання для обговорення:

1. Інформаційна асиметрія в глобальному комунікативному просторі
2. Сучасні інформаційно-комунікативних технологій та їх вплив на розвиток суспільства.
3. Засоби інформаційно-комунікаційних технологій.

Література: 7, 10, 11, 22, 23.

6. Комплексне практичне індивідуальне завдання

Комплексне практичне індивідуальне завдання з дисципліни "Організація суспільних комунікацій" студенти виконують самостійно на основі сформованого випадковим чином вибіркового масиву вихідних (первинних) даних, оформлених у вигляді практичного завдання. Метою виконання КПЗ розвиток навичок самостійної роботи, систематизація знань, поглиблене вивчення інформаційних систем, узагальнення класифікаційних ознак, закріплення теоретичних знань та практичне застосування знань студента з навчального курсу; при його виконанні та оформленні студент використовує комп'ютерну техніку. КПЗ оцінюється за 100-бальною шкалою. Виконання КПЗ є одним із обов'язкових складових модулів залікового кредиту.

7. Самостійна робота студентів

1. Наукові теорії та методологічні підходи у дослідженні суспільних комунікацій.
2. Еволюція інформаційних процесів в медіапросторі України.
3. Пропаганда як фактор впливу на формування новітніх етнополітичних стереотипів.
4. Декомунікація та дискomuнікація: проблема підміни понять.
5. Значення культури та ідентичності як чинників внутрішніх комунікацій.
6. Проблема незалежності мас-медіа в посткомуністичних країнах на прикладі країн Західних Балкан.
7. Передумови становлення сучасної болгарської медіасистеми.
8. Комунікації з інвестиційною громадськістю: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні.
9. Практика спонсорства і благодійницької діяльності як складової PR-стратегії в Україні і інших країнах світу.
10. Присутність політичних лідерів у соціальних Інтернет-мережах: вітчизняні практики.
11. Дослідження у сфері внутрішніх комунікацій.
12. Формування оптимальних моделей комунікативної взаємодії з визначеними цільовими аудиторіями.
13. Визначення оптимальних комунікативних каналів та інструментів поширення pr-інформації, пов'язаної з реалізацією проектів організації.
14. Підготовка та поширення pr-матеріалів у рамках реалізації стратегії комунікацій.
15. Вплив американських мас-медіа на громадську думку та визначення порядку денного в політиці.
16. Комунікація і дискomuнікація в умовах розвитку сучасного інформаційного суспільства.
17. Масова свідомість та розвиток ефективних технологій впливу на неї.

8. Тренінг з дисципліни

Тематика: PR та міжнародні комунікації. Розробка комунікаційних стратегій.

Імплементация комунікаційних стратегій на найвищих стандартах етики рг та зв'язків з медіа.

Організація медіа кампаній та проведенням прес-заходів. Розробка необхідних рг-матеріалів, прес-релізів, прес-кітів.

Підтримка зв'язків з національними та міжнародними ЗМІ (репортерами, видавцями) та аналітиками.

Розробка інформаційних стратегій у кризових ситуаціях.

Підтримка комунікації через соціальні мережі (facebook, twitter, youtube etc.).

Порядок проведення тренінгу

1. Вступна частина проводиться з метою ознайомлення студентів з темою тренінгового заняття.
2. Організаційна частина полягає у створенні робочого настрою у колективі студентів, визначенні правил проведення тренінгового заняття.
3. Практична частина реалізовується шляхом виконання завдань у групах студентів у кількості 3-5 осіб з певних проблемних питань теми тренінгового заняття.
4. Підведення підсумків. Обговорюються результати виконаних завдань у групах. Обмін думками з питань, які виносилися на тренінгові заняття.

9. Засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання

У процесі вивчення дисципліни "Організація суспільних комунікацій" використовуються наступні методи оцінювання навчальної роботи студента:

- поточне тестування та опитування;
- підсумкове тестування по кожному змістовому модулю;
- ректорська контрольна робота;
- оцінювання виконання КПЗ;
- екзамен.

10. Критерії, форми поточного та підсумкового контролю

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни "Організація суспільних комунікацій" визначається як середньозважена величина, в залежності від питомої ваги кожної складової залікового кредиту:

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2	Заліковий модуль 3	Заліковий модуль 4
20%	20%	20%	40%
Усне опитування під час занять (1-5 теми) – 5 балів за тему – макс. 25 балів Модульна контрольна робота – макс. 75 балів	Усне опитування під час занять (6-10 теми) – 5 балів за тему – макс. 25 балів Модульна контрольна робота – макс. 75 балів	Підготовка КПЗ – макс. 40 балів Захист КПЗ – макс. 40 балів Участь у тренінгах – макс. 20 балів	Тестові завдання (10 тестів по 2 балів за тест) – макс. 20 балів Теоретичні питання (2 питання) – по 40 балів – макс. 80 балів

Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90-100	відмінно	A (відмінно)
85-89	добре	B (дуже добре)
75-84		C (добре)
65-74	задовільно	D (задовільно)
60-64		E (достатньо)
35-59	незадовільно	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)
1-34		F (незадовільно з обов'язковим повторним курсом)

11. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

№ п/п	Найменування	Номер теми
1.	Електронний варіант лекцій	1-10
2.	Мультимедійне супроводження лекцій, підготовлене у програмі Microsoft PowerPoint	1-10
3.	Індивідуальні завдання для самостійного виконання (електронний варіант)	1-10
4.	Тестові завдання, розміщені у системі MOODLE	1-10
5.	Фліпчарт, ноутбук, проектор	1-10

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Годний С.П. Лобізм як форма політичної комунікації. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/.../129>
2. Департамент суспільних комунікацій: URL: https://kyivcity.gov.ua/kyiv_ta_miska_vlada/struktura_150/departament_suspilnykh_komunikatsii.
3. Зернецька О. В. Право на комунікацію в глобалізованому світі. *UA Foreign Affairs*. 2017. №7. С. 40-44.
4. Зернецька О.В. Глобальна комунікація: монографія. К.: Наукова думка, 2017. 348 с.
5. Інформаційно-комунікаційні технології. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
6. Карпчук Н.П. Міжнародна інформація та суспільні комунікації: навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти. Луцьк, 2018. 514 с.
7. Квіт С. Масові комунікації. URL: <http://textbooks.net.ua/content/category/46/87/52>.
8. Комунікативні технології в PR. URL: http://pidruchniki.com/1494051146654/marketing/komunikativni_tehnologiyi.
9. Комунікативні тренди міжнародних відносин / Макаренко Є.А., Рижков М.М., Піпченко Н.О. та ін. К.: Центр вільної преси, 2016. 614 с.
10. Комунікативні тренди міжнародних відносин: монографія / Макаренко Є.А., Рижков М.М., Піпченко Н.О., Москаленко Т.В., Погорська І.І., Белоусова Н.Б., Кучмії О.П., Сербіна Н.Ф., Сербіна К.Ю., Фролова О.М., Шевченко О.В. К.: Центр вільної преси,

2016. 614 с.

11. Лі Річ. Міфи про PR / пер. з англ. І. Семенюк. – Харків : Вид-во «Ранок»: Фабула, 2020. – 272 с.
12. Негрей М.В., Тужик К.Л. Теорія прийняття рішення: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 271 с.
13. Новохатько Л.М. Проблеми та перспективи формування позитивного міжнародного іміджу України. *Зовнішні справи: суспільно-політичний журнал*. 2017. № 3. С.30-35.
14. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття; пер. Т. Гуменюк. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. 257 с.
15. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : навч. посібник. - К. : Центр учбової літератури, 2019. - 202 с. URL <https://textbook.com.ua/marketing/1473450986>
16. Путькалець Л. А., Вишнеvsька Г. Б. Регіональні мас-медіа в умовах інформаційно-психологічної війни Росії проти України. *Functioning of the Ukrainian media during martial law in Ukraine : Scientific monograph*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2022. С. 93-107.
17. Путькалець Л., Блашків О. Реформування контенту регіональних філій суспільного телебачення під час повномасштабної російсько-української війни. *Вісник Львівського університету*. Серія: Журналістика. 2023. Вип. 54. С. 211–218.
18. Романенко Є. О. Система маркетингових комунікацій в механізмах державного управління / Є. О. Романенко, І. В. Чаплай // *Актуальні проблеми економіки*. – 2018. – № 4. – С. 69-78. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_4_12_27.
19. Холод О. Соціальні комунікації: тенденції розвитку: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. й доп. К.: Видавництво «Білий Тигр», 2018. 370 с.
20. Шаповалова А. М. PR та інформаційне суспільство як запорука інтеграційних і глобалізаційних процесів / А. М. Шаповалова // *Інформаційні технології управління екологічною безпекою, природокористуванням, заходами в надзвичайних ситуаціях : Колективна монографія за матеріалами XVII Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 25-26 вересня 2018 р.) / Заг. ред. С. О. Довгого*. – К. : ТОВ «Видавництво «Юстон», 2018. – С. 195-197.
21. Шаповалова А.М. GR, PR та лобізм – нові виклики демократичних інституцій в Україні / А.М. Шаповалова // *Modern educational space: the transformation of national models in terms of integration : Conference Proceedings, October 26, 2018 / Leipzig: Baltija Publishing*. – P. 112-114. (Лейпциг, Германия).
22. Шаповалова А. М. PR та публічне управління в контексті громадянського суспільства / А. М. Шаповалова // *II International Conference «Innovative Technologies in Science and Education. European Experience»*. November 12-15, 2018. Helsinki, Finland. P. 202-205. / *II Міжнародна конференція «Інноваційні технології в науці та освіті. Європейський досвід»: Матеріали*. – Дніпро-Гельсінки, 2018. – 484 с.
23. Шаповалова А. М. PR (паблік рілейшнз) та діяльність громадських, дитячих та молодіжних організацій в Україні /А. М. Шаповалова // *Проблеми модернізації України: [зб. наук. пр.] / МАУП*. – К. : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2018. – С. 365-367.
24. Tench, R et al (2017) *Communication Excellence: How to Develop, Manage and Lead Exceptional Communications*, Palgrave Macmillan.
25. Cornelissen, J (2017) *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice (fifth edition)* Sage.