**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

Кафедра *педагогіки і психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*

«**ЗАТВЕРДЖУЮ**»

Завідувач кафедри *\_ педагогіки і психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*\_\_\_

 Олександр РОМАНОВСЬКИЙ

 (підпис)

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2021 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ОСНОВИ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ**

рівень вищої освіти *другий (магістерський)*

 перший (бакалаврський) / другий (магістерський)

галузь знань *05 Соціальні та поведінкові науки*

спеціальність *053 Психологія*

освітня програма *053 Психологія*

вид дисципліни професійна підготовка; вибіркова

 (загальна підготовка / професійна підготовка; обов’язкова/вибіркова)

форма навчання *денна* , заочна

Харків – 2021 рік

**ЛИСТ ЗАТВЕРДЖЕННЯ**

Робоча програма з навчальної дисципліни

Основи паблік рилейшнз

Розробники:

 *доцент, к.мист.*  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *Наталія СЕРЕДА*

(посада, науковий ступінь та вчене звання) (підпис) (ініціали та прізвище)

Робоча програма розглянута та затверджена на засіданні кафедри

*\_ педагогіки і психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*

Протокол від « 01 » липня 2021 року № 14

Завідувач кафедри *\_ педагогіки і психології управління соціальними системами ім. акад. І.А. Зязюна*

Олександр РОМАНОВСЬКИЙ

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Шифр та назва освітньої програми | ПІБ Гаранта ОП | Підпис, дата |
| **053 ПСИХОЛОГІЯ** | **Ніна Підбуцька** |  |

Голова групи забезпечення

спеціальності 053 «Психологія» Ніна ПІДБУЦЬКА

« 24 » червня 2021 р.

**ЛИСТ ПЕРЕЗАТВЕРДЖЕННЯ РОБОЧОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Дата засідання кафедри – розробника РПНД | Номер протоколу | Підпис завідувача кафедри | Підпис голови НМК (для дисциплін загальної підготовки та дисциплін професійної підготовки за спеціальністю) або завідувача випускової кафедри (для дисциплін професійної підготовки зі спеціалізації, якщо РПНД розроблена не випусковою кафедрою) |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**МЕТА, КОМПЕТЕНТНОСТІ, РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ТА СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Мета викладання навчальної дисципліни «Основи паблік рилейшнз» полягає у наданні студенту знань про психологічні закономірності зв’язків з громадськістю та організаційно-методичні особливості організації ПР-діяльності.

Компетентності:

*Загальні* *компетентності:*

* ЗК1. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
* ЗК3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
* ЗК4. Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

*Компетентності спеціалізації:*

* СК6. Здатність ефективно взаємодіяти з колегами в моно- та мультидисциплінарних командах.
* СК7. Здатність приймати фахові рішення у складних і непередбачуваних умовах, адаптуватися до нових ситуацій професійної діяльності.
* СК15. Здатність аналізувати та оцінювати процеси міжособистісної та групової взаємодії та впливу, володіти методами прогнозування та управління процесами соціально-психологічної взаємодії.

Результати навчання:

* ПР3. Узагальнювати емпіричні дані та формулювати теоретичні висновки.
* ПР4. Робити психологічний прогноз щодо розвитку особистості, груп, організацій.
* ПР10. Здійснювати аналітичний пошук відповідної до сформульованої проблеми наукової інформації та оцінювати її за критеріями адекватності.
* ПР11. Здійснювати адаптацію та модифікацію існуючих наукових підходів і методів до конкретних ситуацій професійної діяльності.

**РОЗДІЛ НАВЧАЛЬНОГО ЧАСУ ЗА СЕМЕСТРАМИ**

**ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

(розподіл навчального часу за семестрами та видами навчальних занять)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Форма навчання | Семестр | Загальний обсяг (годин) / кредитів ECTS | З них | За видами аудиторних занять (годин) | Індивідуальні завдання студентів (КП, КР, РГ, Р, РЕ) | Поточний контроль | Семестровий контроль  |
| Аудиторні заняття (годин) | Самостійна робота (годин) | Лекції | Лабораторні заняття | Практичні заняття, семінари | Індивідуальні завдання студентів (КП, КР, РГ, Р, РЕ) | Контрольні роботи (кількість робіт) | Залік | Екзамен |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| **очн** | **9** | **120/4** | **48** | **72** | **32** | **-** | **16** | **-** | **Р** | **+** | **-** |
| **заоч** | **9** | **120/4** | **12** | **108** | **6** | **-** | **6** | **-** | **Р** | **+** | **-** |

Співвідношення кількості годин аудиторних занять (очна форма навчання) до загального обсягу складає 40 (%)

**ПРОГРАМА ТА СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Порядковий №  | Види навч. занять(Л; ЛЗ; ПЗ; С, М) | Кількість годин | Номери семестрів, найменування тем і питань кожного заняття.Завдання на самостійну роботу студентам | Інформаційно-методичне забезпечення |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|  |  |  | **Змістовий модуль № 1** |  |
|  |  |  | ***Тема 1.* ПР як наука та мистецтво** | 1, 3, 6 |
| 1 | Л | 4 | Поняття „паблік рілейшнз”. ПР, пабліситі, реклама, промоушн. Мета та завдання ПР. Галузі ПР. Функції ПР. Принципи ПР. Необхідні умови для якісного ПР. Історія ПР як науки. Зародження основ ПР у США. Історичні моделі розвитку ПР. Роль ПР-спеціалістів. Особисті якості, уміння та навики, необхідні ПР-спеціалістам. Напрямки роботи ПР-спеціалістів. Функціональні обов’язки ПР-відділу. |  |
| 2 | СР | 8 | Проаналізувати ПР-кампанію особистості або організації за вибором, визначити сильні та слабкі сторони. |  |
|  |  |  | ***Тема 2.* ПР та громадськість** | 1, 2, 4, 5, 6 |
| 3 | Л | 4 | Поняття „громадськості”. Ситуативний підхід до громадськості у ПР. Поділ громадськості на групи. Латентна та активна громадськість. Зовнішня та внутрішня громадськість. Підходи до типологізації груп громадськості: географічний, демографічний, психографічний. Приоритетні групи громадськості.Суспільна думка: характерні ознаки. Індивідуальні орієнтації. Установки та переконання. Типи досліджень суспільної думки. Види соціологічних досліджень: дескриптивні та проблемні. Елементи соціального дослідження: вибірка, анкета, інтерв’ю, аналіз результатів. Засоби впливу на суспільну думку. „Пастки” суспільної думки. |  |
| 7 | ПЗ | 2 | Складання плану ПР-програми: Визначення проблеми ПР: формулювання проблеми, аналіз ситуації, дослідницька робота та її методи |  |
|  |  |  |  |  |
| 4 | СР | 8 | Дослідити різновиди соціальних досліджень, визначити їх сильні та слабкі сторони. |  |
|  |  |  | ***Тема 3.* ПР-програми** | 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10 |
| 5 | Л | 6 | Теорія управління ПР. Складові процесу управління ПР.1 етап – визначення проблеми ПР: формулювання проблеми, аналіз ситуації, дослідницька робота та її методи.2 етап – планування й програмування: основні етапи процесу стратегічного планування, заява про місію, цільове планування (цілі виходу, цілі впливу), програмування.3 етап – дія та комунікація: діяльнісна складова ПР-програми (акції, спеціальні події), комунікаційна складова ПР-програми (спілкування з громадськістю, робота зі ЗМІ).4 етап – оцінка ПР-програми: оціночне дослідження, критерії оцінки, оцінка ходу реалізації ПР-програми.  |  |
| 6 | СР | 8 | Розробити анкету для визначення громадської думки щодо обраного об’єкту ПР. |  |
| 8 | ПЗ | 2 | Складання плану ПР-програми: Планування й програмування: основні етапи процесу стратегічного планування, заява про місію, цільове планування (цілі виходу, цілі впливу), програмування. |  |
| 9 | ПЗ | 2 | Складання плану ПР-програми: Дія та комунікація: діяльнісна складова ПР-програми (акції, спеціальні події). |  |
| 10 | СР | 8 | Розробити план та провести спеціальний захід у рамках обраної ПР-програми, скласти звіт. |  |
| 11 | СР | 10 | Підготувати реферат за однією з тем (за № у списку групи):1. ПР як чинник демократичного розвитку суспільства.
2. Чинники формування іміджу України.
3. Професійна підготовка PR-фахівців в України та в світі.
4. Психологічні рекомендації щодо формування позитивного іміджу організації.
5. Гендерні особливості іміджу лідера або керівника.
6. Психологічні моделі політичних іміджів.
7. Технології створення ефективного політичного іміджу.
8. Імідж політичних партій.
9. Проблема політичного лідерства в сучасній психології.
10. Психологічні аспекти сучасних технологій політичних паблік рілейшнз.
11. ПР в економічній діяльності: завдання і основні напрями розвитку.
12. Роль і значення ПР в розробці і реалізації маркетингової та рекламної політики економічних суб'єктів.
13. Значення ПР для розвитку духовної сфери суспільного життя: використання ПР-технологій в галузях спорту, концертної та театральної діяльності, шоу-бізнесу, туризму, освіти.
14. Психологічні механізми впливу візуальних та аудіальних стимулів в паблік рілейшнз.
15. Маніпуляція свідомістю в паблік рілейшнз: сутність, психологічні технології і шляхи протидії.
16. Психологічні особливості особистості та діяльності журналістів як ключової аудиторії.
17. Психологічні особливості роботи з лідерами громадської думки.
18. Психологічні особливості розробки сценарного плану презентації, прес-конференції.
19. Психологічні особливості складання тексту прес-релізу.
20. Психологічні особливості реалізації відносин із засобами масової інформації.
 |  |
| 12 | КР | 2 | **Контрольна робота за змістовим модулем № 1** |  |
|  |  |  | **Змістовий модуль № 2**  |  |
|  |  |  | ***Тема 4.* Комунікації в ПР** | 1, 2, 4, 5, 6, 10 |
| 13 | Л | 6 | Сутність комунікації. Створення повідомлення. Процес комунікації та його елементи: відправлення повідомлення, кодування, декодування, отримання повідомлення. Зворотній зв’язок. Надійність джерел повідомлень. Комунікація як складова реалізації ПР-програм. Засоби комунікації, що контролюються та не контролюються. Принципи ефективної комунікації.Робота зі ЗМІ. Критерії створення повідомлень для ЗМІ. Пабліситі. Джерела інформації. Інструменти процесу створення пабліситі. Прес-реліз, вимоги до змісту та оформлення прес-релізу. Прес-кіт, його структура. Фактична довідка, інформаційний лист, біографії та профілі, фото-, CD-, DVD-матеріали. Інтерв’ю для друкованих засобів ЗМІ, теле-, радіоінтерв’ю. Підготовка та проведення інтерв’ю. Публічні виступи. Предмет, стратегія, форма та організація виступу. Ораторська майстерність. Робота з аудиторією. |  |
| 14 | ПЗ | 2 | Складання плану ПР-програми: Комунікаційна складова ПР-програми (спілкування з громадськістю, робота зі ЗМІ). Джерела інформації. Інструменти процесу створення пабліситі. Прес-реліз, вимоги до змісту та оформлення прес-релізу. Прес-кіт, його структура. Фактична довідка, інформаційний лист, біографії та профілі, фото-, CD-, DVD-матеріали. Інтерв’ю для друкованих засобів ЗМІ, теле-, радіоінтерв’ю. Підготовка та проведення інтерв’ю. |  |
| 15 | СР | 6 | Проаналізувати декілька прес-релізів та інтерв’ю, визначити їх різновиди, мету, знайти помилки. |  |
|  |  |  | ***Тема 5.* Створення іміджу** | 1, 7, 8, 9, 11 |
| 16 | Л | 4 | Імідж як ПР-категорія. Природа іміджу. Поняття „соціального стереотипу”. Значення іміджу для діяльності організації. Формування іміджу. Компоненти іміджу: імідж товару (послуг), управлінський та фінансовий імідж, суспільний імідж, імідж організації як роботодавця. Імідж як „обличчя”, „репутація” та „характер”. Загальні ознаки іміджу. Функції іміджу: інформування, вплив, узгодження. Проблема адекватності іміджу. Реклама іміджу. |  |
| 17 | ПЗ | 2 | Значення іміджу для діяльності організації. Формування іміджу. Загальні ознаки іміджу. Функції іміджу: інформування, вплив, узгодження. |  |
| 18 | СР | 6 | Проаналізувати іміджі двох особистостей та двох організацій за вибором. |  |
|  |  |  | ***Тема 6.* ПР в кризових ситуаціях** | 1, 7, 9, 11 |
| 19 | Л | 4 | Поняття „кризи”. Типологія криз за критеріями походження, наслідків, тривалості, ступеня очікуваності. Управління проблемами з метою попередження кризових ситуації. Фактори-супутники кризових ситуації. Практичні кроки з подолання кризових ситуацій. Комунікація у кризових ситуаціях. Чутки. Фактори, що сприяють поширенню чуток. Боротьба з чутками. |  |
| 20 | ПЗ | 2 | Практичні кроки подолання кризових ситуацій |  |
| 21 | СР | 18 | Розробити PR-проєкт за наступним алгоритмом:1. Описати об’єкт PR-програми: реальний або віртуальний (персона, фірма, підприємство, банк, суспільна організація, політична партія тощо).
2. Описати ситуацію, яка вимагає проведення PR-програми (що потрібно змінити, удосконалити, виправити). Три можливі мети – створити імідж, підняти (покращити, удосконалити) імідж, відновити імідж після проблемних, кризисних подій
3. Розробити PR-програму та скласти план (події, терміни виконання, необхідні ресурси, за бажанням – фінансова складова)
4. Придумати та скласти план проведення спеціальної події в рамках PR-програми
5. Скласти два прес-релізи
6. Скласти план проведення інтерв’ю (печатного або теле-, радіо- інтерв’ю)

Підготувати презентацію PR-програми (додається на CD) |  |
| 22 | КР | 2 | Контрольна робота за змістовим модулем № 2 |  |
| 23 |  |  | Залік |  |
| **Усього** | **120** |  |  |

**САМОСТІЙНА РОБОТА**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва видів самостійної роботи | Кількість годин |
| 1 | Опрацьовування лекційного матеріалу | 10 |
| 2 | Підготовка до практичних занять  | 12 |
| 3 | Самостійне вивчення тем та питань, які не викладаються на лекційних заняттях  | 22 |
| 4 | Виконання індивідуальних завдань | 28 |
|  | Разом | 72 |

**ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

 реферативна робота, проєкт
 (вид індивідуального завдання)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №з/п | Назва індивідуального завдання та (або) його розділів | Терміни виконання (на якому тижні) |
| 1 | Реферат | 5 |
| 2 | Розробка PR-проєкту | 12 |

**ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Місія НТУ «ХПІ» полягає у формуванні високої культури поведінки учасників освітнього процесу та інших працівників Університету шляхом проведення освітньої та науково-дослідницької діяльності на рівні найвищих професійних та етичних стандартів.

Більш детально із політикою доброчесності Університету можна ознайомитися за посиланням http://blogs.kpi.kharkov.ua/v2/nv/wp-content/uploads/sites/17/2019/11/04\_code\_ethics.pdf

**МЕТОДИ НАВЧАННЯ**

**Методами навчання** у викладанні навчальної дисципліни «Основи паблік рилейшнз» є:

- словесні (бесіда, дискусія, лекція, робота з книгою);

- наочні (ілюстрація практичними прикладами, презентація);

- ігрові (рольові, ділові);

- документальні (робота з документами, аналіз, складання документів);

- інтерактивні (підбір та обговорення відеоматеріалів, виступи-презентації, проєкт);

- самостійні (опрацювання лекційного матеріалу та фахової літератури);

- дослідницькі (теоретичний аналіз наукових джерел, емпіричне дослідження).

**МЕТОДИ КОНТРОЛЮ**

**Методами контролю** у викладанні навчальної дисципліни «Основи паблік рилейшнз» є усний та письмовий контроль під час проведення поточного та семестрового контролю.

Поточний контроль реалізується у формі опитування, виступів на практичних заняттях, виконання індивідуальних завдань, проведення контрольних робіт.

Контроль складової робочої програми, яка освоюється під час самостійної роботи студента, проводиться:

* з лекційного матеріалу – шляхом перевірки конспектів;
* з практичних занять – за допомогою перевірки виконаних завдань.

Семестровий контроль проводиться у формі диференційованого заліку відповідно до навчального плану в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою та у терміни, встановлені навчальним планом в усній або в письмовій формі за контрольними завданнями та за результатами захисту проєкту.

Результати поточного контролю враховуються як допоміжна інформація для виставлення оцінки з даної дисципліни.

Студент вважається допущеним до семестрового диференційованого заліку з навчальної дисципліни за умови повного відпрацювання усіх практичних занять, передбачених навчальною програмою з дисципліни.

**РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ СТУДЕНТИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва теми | Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти | Разом за темою |
| Активна робота на лекційному занятті | Активна робота на практичному занятті  | Самостійна робота  | Індивідуальне завдання | МКР |
| *Тема 1.* ПР як наука та мистецтво | 2 | 2 | 3 |  | - | 7 |
| *Тема 2.* ПР та громадськість | 2 | 3 | 3 |  | - | 8 |
| *Тема 3.* ПР-програми | 2 | 3 | 3 | 5 | - | 13 |
| *Модульна контрольна робота № 1* | - | - | - |  | 10 | 10 |
| *Тема 4.* Комунікації в ПР | 2 | 3 | 3 | 10 | - | 18 |
| *Тема 5.* Створення іміджу | 2 | 2 | 3 |  | - | 7 |
| *Тема 6.* ПР в кризових ситуаціях | 2 | 2 | 3 |  | - | 7 |
| *Модульна контрольна робота № 2* | - | - | - |  | 10 | 10 |
| *Залік*  | - | - | - |  | - | 20 |
| ВСЬОГО | 12 | 15 | 18 | 15 | 20 | 100 |

**ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сума балів за всі види навчальної діяльності |  | Оцінка за національною шкалою |
| ОцінкаECTS | для екзамену, для диференційного заліку, курсового проекту (роботи), практики |
| 90-100 | A | відмінно  |
| 82-89 | B | добре  |
| 75-81 | C |
| 64-74 | D | задовільно  |
| 60-63 | E |
| 35-59 | FX | незадовільно з можливістю повторного складання |
| 0-34 | F | незадовільно з обов’язковим повторним вивченням дисципліни |

Більш детально критерії оцінювання можна подивитися за посиланням: http://public.kpi.kharkov.ua/wp-content/uploads/2017/01/Polozhennya\_rejting.pdf

**ЛІТЕРАТУРА**

**Базова**

1. Романовський О.Г., Середа Н.В., Воробйова Є.В. Основи паблік рилейшнз: навчальний посібник. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. 176 с.
2. Романовський О.Г., Середа Н.В., Квасник О.В. Програма, методичні вказівки та контрольне завдання з курсу «Основи паблік рілейшнз» для студентів усіх форм навчання спеціальності „Психологія”. Харків: НТУ „ХПІ”, 2009. 36 с.
3. Афанасьєв І.Ю. Історія PR : навч. посіб. Київ : Алерта, 2016. 140 с.
4. Вежель Л.М. Основи зв'язків із громадськістю : навч. посіб. Київ : Київський ун-т, 2011. 123 с.
5. Климанська Л.Д. Зв'язки з громадськістю: технології прагматичної комунікації : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2014. 164 с.
6. Королько В.Г., Некрасова О.В Зв’язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
7. Мойсеєв В.А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. Київ. : Академвидав, 2007. 224 с.
8. Основи реклами і зв'язків із громадськістю: підручник / за заг. ред. В.Ф.Іванова, В.В.Різуна. Київ. :Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 431 с.
9. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : навч.посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Знання, 2000. 506 c.
10. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління : навч. посіб. Київ : МАУП, 2001. 104 с.
11. Frazer P. Seitel The practice of public relations N. Y. etc.: Macmillan, 2012. 664 p.

**Допоміжна**

1. Астрід Коль. Експрес-курс Робота з мас-медіа. Київ.: Академія Української Преси, 2005. 69 с.
2. Викент’єв І. Л. Приемы рекламы и public relations: 215 примеров, 130 учебных задач и 15 практических приложений/ система профессиональных разработчиков, консультантов и преподавателей. 2.изд. Київ : “Триз-Шанс”, 2011.
3. Заярна О. Як переконати масову аудиторію: психологічні чинники ефективності пропаганди. *Нова політика*.1999. №1. С.28-31.
4. Куліш А. Практика PR по-українському. Щоденні поради PR-початківцям [Текст] / А. Куліш. – Київ. : ТОВ "АДЕФ-Україна", 2005. – 336 с.
5. Пізнюк Л.В. Паблік Рилейшнз : навч. посіб. для дистанційного навчання. Київ.: Ун-т «Україна», 2005. 239 с.
6. Романовський О.Г., Середа Н.В. Особистість сучасного керівника в аспекті теорії духовного лідерства. *Теорія і практика управління соціальними системами*. 2013. № 3. С. 20-27. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipuss\_2013\_3\_4
7. Merry Aronson, Don Spetner Тhe Public Relations writer's handbook . Y. etc.: Lexington Books, 2009. 210 p.
8. Jon White, Laura Mazur Strategic communications management. Making Public Relations work Wokingham etc.: Addison — Wesley, 2009. 277 p.
9. Edvard I. Bernays The later years. Public relations insights, 1956—1986 Rhinebeck: H & M Publishers, 2006. 152 p.
10. Polly Bird Sell Yourself. Persuasive tactics to boost your image London: Pitman, 2009. 92 p.

**Власні методичні розробки**

1. Романовський О.Г. Основи паблік рилейшнз: навчальний посібник / Романовський О.Г., Середа Н.В., Воробйова Є.В. – Харків : НТУ «ХПІ», 2017. – 176 с.
2. Програма, методичні вказівки та контрольне завдання з курсу «Основи паблік рілейшнз» для студентів усіх форм навчання спеціальності „Психологія” / О.Г.Романовський, Н.В.Середа, О.В.Квасник. – Харків: НТУ „ХПІ”, 2009. – 36 с.

.

**Інформаційні ресурси**

1. <http://library.kpi.kharkov.ua/>

2. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/24307>