

Київський університет імені Бориса Грінченка
Історико-філософський факультет
Кафедра політології



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**ПРИКЛАДНІ ПОЛІТИЧНІ СТУДІЇ:
ПОЛІТИЧНИЙ PR**

для студентів

спеціальності	052 «Політологія»
освітнього рівня	першого (бакалаврського)
освітньої програми	052.00.01 «Політологія»



Київ – 2021

Розробники:

Пояркова Тетяна Костянтинівна, доктор політичних наук, доцент, завідувач кафедри політології Історико-філософського факультету Київського університету імені Бориса Грінченка.

Викладачі:

Пояркова Тетяна Костянтинівна, доктор політичних наук, доцент, завідувач кафедри політології Історико-філософського факультету Київського університету імені Бориса Грінченка.

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри політології Історико-філософського факультету

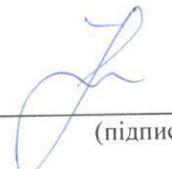
Протокол від 15.09 2021 року № 1

Завідувач кафедри  Пояркова Т.К.

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми 052.00.01 «Політологія»

17.09.2021

Гарант освітньої (професійної/наукової) програми

 Пояркова Т.К.
(підпис)

Робочу програму перевірено

18.09 2021

Заступник декана


(підпис)

Завадський В.М.

Пролонговано:

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____), «__» _____ 20__ р.,
протокол № ____

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____), «__» _____ 20__ р.,
протокол № ____

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____), «__» _____ 20__ р.,
протокол № ____

на 20__ / 20__ н.р. _____ (_____), «__» _____ 20__ р.,
протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни «Прикладні політичні студії: Політичний PR»

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	Обов'язкова	-
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів / годин	2 / 60	
Курс	II	-
Семестр	III	-
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	
Обсяг кредитів	2	-
Обсяг годин, в тому числі:	60	-
Аудиторні	28	-
Модульний контроль	4	-
Семестровий контроль	-	-
Самостійна робота	28	-
Форма семестрового контролю	Залік	-

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета – надання майбутнім фахівцям умінь визначення та використання основних складових PR технологій у різних сферах політичної діяльності.

Дисципліна спрямована на формування таких загальних програмних компетентностей освітньої програми підготовки:

ЗК-02	Знання предметної області та розуміння професійної діяльності. Володіння базовими загальними знаннями в сфері політичної науки, основними політологічними поняттями, знання закономірностей та тенденцій функціонування політичних систем, різних форм держав.
ФК-02	Базові знання нормативної та позитивної політичної теорії, політичного аналізу, порівняльної та прикладної політології: <ul style="list-style-type: none">– фундаментальні знання з політичної теорії до розв'язання кількісних та якісних задач з аналізу політики та поточного політичного аналізу;– ключові принципи функціонування та закономірності розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн і регіонів;– базові особливості реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту функціонування та взаємодії.
ФК-03	Вільне володіння базовим категорійно-поняттєвим та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політичної науки: <ul style="list-style-type: none">– теоретико-методологічна та категоріальна обізнаність загальнонаукових та спеціальних методів та дослідницьких підходів, розуміння етико-практичної значущості політичного знання;– ключові політологічні поняття, теорії і методи аналізу владно-політичних відносин політичних акторів, інститутів та ідей відповідно до певного історичного або сучасного контексту;
ФК-04	Здатність використовувати сучасні політологічні теорії, концепти та методи для аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні.

3. Результати навчання за дисципліною

ПРН-01-з	Розуміння предметної області та базової специфіки професійної діяльності: <ul style="list-style-type: none">– знання класичних і сучасних теорій політики;– знання основних принципів і підходів до аналізу структури політичних систем, класифікації політичних режимів, природи і сутності політичної та державної влади;– знання теорій походження та моделей держави;- знання структури і функцій системи державного управління.
ПРН-03-з	Базові знання нормативної та позитивної політичної теорії, політичного аналізу, порівняльної та прикладної політології.
ПРН-01-у	Застосовувати критичне мислення, раціональну аргументацію, аналіз та синтез у сфері державної/публічної/практичної політики.
ПРН-02-у	Вільно володіти базовим професійним категорійно-поняттєвим та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політичної науки.
ПРН-03-у	Застосовувати ключові політологічні поняття, теорії та методи до аналізу владно-політичних відносин політичних акторів, інститутів та ідей відповідно

	до певного історичного або сучасного контексту.
ПРН-04-у	Використовувати сучасні політологічні теорії, концепти та методи для аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні.
ПРН-03-с	Спілкуватися та презентувати свої ідеї широкій аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань.
ПРН-04-с	Здатність до ефективної передачі інформації, ідей, аргументів, користуючись відповідним стилем та мовою, в т. ч. ділове листування, зрозумілою як фахівцям, так і нефахівцям.

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль 1. <i>Загальні засади політичного PR</i>							
Тема 1. Піар як складова суспільних відносин. Історія політичних PR-комунікацій	8	2	2	-	-	-	4
Тема 2. Дослідження та планування у політичних PR	7	2	-	2	-	-	3
Тема 3. Політичний PR та політичні системи	8	2	-	2	-	-	4
Тема 4. Політичний менеджмент	7	2	-	2	-	-	3
Модульний контроль				2			
Разом	32	8	2	6	-	-	14
Змістовий модуль 2. <i>Вибірчі технології</i>							
Тема 5. Вибірчі технології	9	2	2	-	-	-	5
Тема 6. PR політика	9	2	-	2	-	-	5
Тема 7. PR політичної сили	8	2	-	2	-	-	4
Модульний контроль				2			
Разом	28	6	2	4	-	-	14
Семестровий контроль				-			
Підготовка та проходження контрольних заходів	-	-	-	-	-	-	-
Усього	60	14	4	10	-	-	28

5. Програма навчальної дисципліни

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Загальні засади політичного PR

Тема 1. Піар як складова суспільних відносин. Історія політичних PR-комунікацій

PR як суспільне явище та його застосування у політичних процесах. Основні поняття та категорії, інструментарій політичного PR. Політична кампанія як комунікаційний процес. Підходи до визначення public relations як: науки, мистецтва, системи комунікацій, функції менеджменту. Структурні складові зовнішньої і внутрішнього середовища PR організації: акціонери; інвестори; кредитори; фінансові установи та організації; клієнти; партнери; конкуренти; власний персонал фірми; урядові і законодавчі органи; муніципальні органи; ЗМІ; професійні асоціації; навчальні заклади; громадські організації.

Історичні передумови політичного PR. Політичний PR від прото PR до Нового часу. Еволюція концепцій public relations. Східні та європейські вчення по політику.

Політичний PR в XX - XXI ст.: новітні інформаційні концепції. Політичний PR-ринок в пострадянських країнах. Об'єкти та суб'єкти політичного менеджменту. Основні методи та напрямки політичного менеджменту.

Витоки PR-консультування. Ранжування PR - консультантів. Професіограма політичного PR. Етика PR-консультантів.

Основи політичного консалтингу. Дискурс в політичних консультаціях. М. Макіавеллі «Государ», Д.Моріс «Новий государ».

Основні поняття теми:

public relations, прото PR, PR-ринок, PR-консультування, ранжування PR.

Тема 2. Дослідження та планування у політичних PR

Інформаційно-аналітична робота у політичній сфері. Політичне прогнозування та моделювання політичних ситуацій. Місце і роль аналізу та прогнозування в процесі вироблення, прийняття та реалізації політичного рішення. Дослідження середовища політичних комунікацій та впливу політичного PR на електоральну поведінку. Центральна тема політичної кампанії. Розробка концепції інформаційної компанії та переконуючої комунікації в політичній кампанії. Визначення значення змісту повідомлень у політичній кампанії. Набір сюжетних ліній, адекватних центральній темі політичної кампанії. Організація просування інформації в політичній кампанії. Засоби і прийоми посилення впливу повідомлень в інформаційній компанії.

Особливості Media relations (побудова відносин зі ЗМІ) у політичному піарі. ЗМІ як каналу комунікації та трансляції інформації у політичних кампаніях. Ринок сучасних ЗМІ та його аналіз. Концепція та стратегія взаємовідносин зі ЗМІ. Технології роботи із засобами масової інформації.

Інтернет технології у політичному піарі. Створення та використання веб-сайту. Використання можливостей соціальних мереж. Актуалізація даних про ЗМІ та Інтернет-ресурси. Медіакарта та її зміст: базовий перелік, класифікація, тираж, склад аудиторії, внутрішня структура. Принципи створення інформаційних звернень. Ініціювання інформаційних нагод - новин. Виготовлення та розповсюдження прес-релізів. Організація брифінгів, конференцій, круглих столів, інтерв'ю тощо. Політичні мережі.

Основні поняття теми:

політична мережа, Media relations, Інтернет-ресурси, медіа карта.

Тема 3. Політичний PR та політичні системи

Класифікація політичних систем. Політичний PR в контексті політичних систем.

Особливості PR діяльності в провідних політичних системах. PR для монархії. PR заходи для комуністичної ідеології. PR при тоталітаризмі. Медіацентрована демократія. PR демократія.

Культ особи: генеза поняття. Культ особи як продукт PR-технологій. Етапи прийняття політичного рішення. Політична символіка.

Політична реклама, як «діяльність», яка формує суспільні умонастрої, з психологічної точки зору. Поява конкуруючих ідеологій.

Психологія політичного PR. Створення настанов в політичному PR. Пряма маніпуляція в політичному PR. Медійні ефекти: праймінг та фреминг.

Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR.

Технології маніпулювання масою свідомістю.

Сучасний український інфотейтмент. Партиїні ЗМІ: роль та місце у формуванні ідеології. Суспільно-політичні ЗМІ в політичному PR.

Основні поняття теми:

медіацентрована демократія, PR демократія, праймінг, фреминг.

Тема 4. Політичний менеджмент

Визначення та сутність політичного менеджменту. Політична кампанія.

Зв'язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту. GR зв'язки з Урядом. Політичний лобізм.

Методологія визначення комунікативних методів політичного PR. Класифікація комунікаційних методів створення політичного іміджу в ЗМІ.

Технології організації безпосереднього спілкування у політичних кампаніях. Значення безпосереднього спілкування як каналу комунікації в мотивації політичної поведінки. Особливості комунікації без посередників і технічних засобів. Встановлення візуального контакту. Локалізація учасників в певній точці фізичного простору. Види та технології організації безпосереднього спілкування у політичних кампаніях. Взаємодія позиційованого політика (лідера партії, політичної організації, керівника державної структури) з громадянами. Взаємодія членів команди, що здійснює управління політичною кампанією, з громадянами. Збір підписів. Робота громадської приймальні.

Основні поняття теми:

менеджмент, лобізм, локалізація, візуалізація.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Виборчі технології

Тема 5. Виборчі технології

Завдання та методи зв'язків із громадськістю у проведенні виборчих кампаній. Виборча кампанія кандидата, партії, блоку як мистецтво ефективного використання політичних комунікацій та інформації. Стадії виборчої кампанії. Технологія «Від дверей до дверей» як спосіб переконання виборців. Основні етапи діяльності в ході виборчої кампанії. Політична мова у політичній кампанії. Значення лінгвополітичного маніпулювання в політичних кампаніях. Інформаційно-аналітичний супровід виборчої кампанії. Виборчі технології як найважливіша складова політичних зв'язків із громадськістю та їх характеристика.

Технологія ставки на партію чи блок. Технологія ставки на лідерів партії. Технологія міфізації і символу. Технологія використання суперечностей. Спонування суспільства до певних вчинків. Технологія опозиційності. Поняття, стадії та суб'єкти виборчого процесу. Моніторинг виборчого процесу як інструмент політичного піару. Політичний PR як управлінська складова. Технології які використовуються на політичних виборів.

Передвиборчий штаб: склад, функції. Організаційні функції штабних підрозділів. Оперативна штабна робота. Агітаційна кампанія. Вибори та пост виборчий процес. Перманентне проведення виборчих кампаній.

Керування виборчими кампаніями.

Вплив політичних комунікацій та PR на електоральну поведінку.

Види PR подій. Особливості PR подій. Політичний перфоманс.

Основні поняття теми:

виборча кампанія, моніторинг, патронаж, передвиборчий штаб, перфоманс.

Тема 6. PR політика

Підходи до персональних PR-комунікацій. Типи політичних лідерів. Індивідуальність в політиці. Розкриття інформації про політика.

Гендерний чинник в політичному PR. Політик як унікальна пропозиція. Політичний етикет та протокол.

Технології просування політичного іміджу. Формування іміджу політичного лідера. Сутність та значення іміджу політичного лідера в сучасному житті. Формування іміджу політичного лідера і політичної партії в українській практичній політології має певні особливості. Поняття та основні складові іміджу політика. Типи політичного іміджу. Політична реклама та пропаганда. Механізм формування іміджу політичного лідера і політичної партії. Особливості сприйняття іміджу особистості політичного лідера. Основні компоненти для створення образу лідера. Етапи створення політичного іміджу. Імідж політика як елемент політичної реклами. Тенденції та перспективи

розвитку комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації. Комунікаційні процеси при формуванні іміджу. Відбілювання іміджу.

Основні поняття теми:
імідж, лідер, комунікації.

Тема 7. PR політичної сили

Політичне будівництво в сучасній Україні. Постановка завдань. Партиїне будівництво та вибори. Складові політичного будівництва.

Місце та роль партійної ідеології.

Ідеологічні типи українських партій. Партійна структура. Основні напрямки діяльності партійних організацій. Сучасні мережеві партії в Україні.

Депутатська фракція. Український парламентаризм.

Псевдовідповідальність політичних лідерів. Некомпетентність. Псевдохаризматичність. Образ політичного лідера. Корпоративні та фінансові зв'язки з громадськістю. Психологічні закономірності включення людей в політику. Відносини з лідерами.

Основні поняття теми:
ідеології, псевдо відповідальність, псевдохаризматичність.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1 Система оцінювання навчальних досягнень студентів

№ з/п	Вид діяльності студента	Макс. кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
			Кільк. одиниць	Макс. кількість балів	Кільк. одиниць	Макс. кількість балів
1	Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
2	Відвідування практичних (семінарських) занять	1	4	4	3	3
3	Виконання завдань для самостійної роботи	5	4	20	3	15
4	Робота на практичних (семінарських) заняттях	10	4	40	3	30
5	Виконання модульної контрольної роботи	25	1	25	1	25
Всього		-	-	93	-	76
Максимальна кількість балів:		169				
Розрахунок коефіцієнта:		100/169=0,591				

6.2 Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

Різновидами самостійної роботи є:

- вивчення лекційного матеріалу;
- самостійне опрацювання за відповідними темами окремих питань з навчальної дисципліни;
- робота з рекомендованою основною і додатковою літературою;

- підготовка доповідей, підготовка до обговорень за відповідними темами на семінарських заняттях;
- підготовка творчих робіт (есе, виступу на конференції та ін.);
- систематизація теоретичних та практичних знань перед модульними контрольними роботами та заліком.

Контроль виконання самостійної роботи відбувається при обговореннях на семінарах, при написанні модульних контрольних робіт, ПМК.

Критерії оцінювання – кожна робота оцінюється у 5 балів.

№	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів
1.	Глибина і повнота розкриття завдань	2 бали
2.	Повнота використання рекомендованої літератури	1 бали
3.	Обґрунтування висновків	0,5 бали
4.	Грамотність, стиль викладу, оформлення роботи	1 бал
5.	Обсяг виконаної роботи	0,5 бал

Завдання для самостійної роботи за темами:

№з/п	Назва теми	Кількість годин	Бали
1	Передумови розвитку політичного PR	4	5
2	Сучасний ринок політичного PR	4	5
3	Термінологія в політичному PR	4	5
4	Основи політичного консалтингу	4	5
5	Особливості PR діяльності в провідних політичних системах	4	5
6	PR та прийняття політичного рішення	4	5
7	GR технології	4	5
	Разом	28	35

6.3 Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Навчальні досягнення студентів з дисципліни оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок, розширення кількості підсумкових балів до 100.

Оцінка за кожний змістовий модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських заняттях, за виконання індивідуальних самостійних завдань, за модульну контрольну роботу. Виконання модульних контрольних

робіт здійснюється в електронному вигляді або з використанням роздрукованих завдань. Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- а) *Методи усного контролю*: робота в малих групах, інтерактивні презентації, індивідуальний контроль, брифінг, дискусія, розгляд проблемних питань, фронтальне (комбіноване) усне опитування, колоквиум, ігрові ситуації, контрольна співбесіда з проблеми модуля, тренінг, підбір власної бібліотеки, складання тез.
- б) *Методи письмового контролю*: вхідні тести, соціопедагогічний практикум, контрольна робота, розробка графіків, таблиць, схем, діаграм, презентація соціального проекту, міні-диктант з визначення термінів, контрольна робота, творчі (дослідницькі) завдання, підготовка письмових відповідей на проблемні питання.
- в) *Комп'ютерного (дистанційного) контролю*: мережеве навчання, консультаційного форуму, практичних робіт в асинхронному режимі, навчального проекту (моделювання політичного процесу чи явища) в синхронному режимі, хмарні технології, заняття з представленням знань та умінь моделі кореспондентського навчання, проект з залученням SMART-технологій.
- г) *Методи самоконтролю*: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти дисципліни (п. 7), де зазначено види контролю і кількість балів за видами. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано нижче у таблицях.

6.4 Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- *Методи усного контролю*: індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, залік.
- *Методи письмового контролю*: модульне письмове тестування; підсумкове письмове тестування, реферат.
- *Комп'ютерного контролю*: тестові програми.
- *Методи самоконтролю*: уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- систематичність відвідування занять;
- своєчасність виконання навчальних і індивідуальних завдань;

- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних і індивідуальних завдань;
- самостійність виконання;
- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності;
- виконання тестових завдань.

6.5 Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Історичні передумови політичного PR.
2. Східні та європейські вчення по політику.
3. Політичний PR-ринок в пострадянських країнах.
4. Об'єкти та суб'єкти політичного менеджменту.
5. Основні методи та напрямки політичного менеджменту.
6. Витоки PR-консультування.
7. Основи політичного консалтингу.
8. Дискурс в політичних консультаціях.
9. Політичний PR в контексті політичних систем.
10. Особливості PR діяльності в провідних політичних системах. PR демократія.
11. Культ особи як продукт PR-технологій.
12. Визначення та сутність політичного медійного менеджменту.
13. Політична кампанія.
14. Зв'язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту.
15. GR зв'язки з Урядом.
16. Політичний лобізм.
17. Політична медійна кампанія: сутність, етапи проведення.
18. Методологія визначення комунікативних методів політичного PR.
19. Класифікація комунікаційних методів створення політичного іміджу в ЗМІ.
20. Політичний менеджмент та громадська думка.
21. Інтернет-технології в політичному менеджменті. Політичні мережі.
22. Маніпуляції в політичному PR.
23. Психологія політичного PR.
24. Партійні програмні документи.
25. Діяльність передвиборчого штабу.
26. Методологічне забезпечення виборів.
27. Керування виборчими кампаніями.
28. Персональні PR-комунікації.
29. Партійне будівництво та вибори.
30. Партійна ідеологія.

6.6 Шкала оцінок

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
A	90 – 100 балів	Відмінно – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
B	82-89 балів	Дуже добре – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
C	75-81 балів	Добре – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
D	69-74 балів	Задовільно – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
E	60-68 балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
FX	35-59 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
F	1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

7. Навчально-методична картка дисципліни

Разом: 60 год. З них: лекції – 14 год.; семінарські / практичні заняття – 4/10 год.; самостійна робота – 28 год.; модульна МКР – 4 год.

Тиждень	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
Модулі	Змістовий модуль I.				Змістовий модуль II.			
К-ть балів за модуль	93 балів				76 балів			
Лекції (теми, бали)	<u>Лекція 1</u> (1 бал)	<u>Лекція 2</u> (1 бал)	<u>Лекція 3</u> (1 бал)	<u>Лекція 4</u> (1 бал)	<u>Лекція 5</u> (1 бал)	<u>Лекція 6</u> (1 бал)	<u>Лекція 7</u> (1 бал)	
Практичні/ Семінарські заняття (теми, бали)	Семінар 1 (11 балів)	Практичне 1 (11 балів)	Практичне 2 (11 балів)	Практичне 3 (11 балів)	Семінар 2 (11 балів)	Практичне 4 (11 балів)	Практичне 5 (11 балів)	
Самостійна робота (бали)	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	5 балів	
Види поточного контролю (бали)	МКР 1 (25 балів)				МКР 2 (25 балів)			
Підсумковий контроль	Залік							

8. Рекомендовані джерела

а) основні:

1. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз: навч. посіб. Київ : Професіонал, 2008. 231с.
2. Зеленін В. Основи міфодизайну: Психотехнології керування медіа реальністю. Київ : Академія, 2017. 168 с.
3. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень. Київ : Факт, 2001. 189 с.
4. Курбан О.В. Інформаційні війни в соціальних он-лайн мережах. Київ: унт ім. Б.Грінченка, 2017. 392 с.

б) додаткові:

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рілейшнз: монографія / Міжрегіональна академія управління персоналом. Київ : МАУП, 2005. 437 с.
2. Березенко В.В. Стан політичного PR в Україні: соціально-комунікаційний аспект. Держава та регіони. Запоріжжя: ГУЗІДМУ, 2012. С. 16-31.
3. Бойко О. Д. Анатомія політичного маніпулювання: навч. посіб. Ніжин : ДС «Міланік», 2007. 223 с.
4. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама : навч. посіб. Київ : Кондор, 2009. 332 с.
5. Горбатенко В. П. Прикладна політологія : навч. посіб. Київ : Альма-Матер, 2008. 472 с.
6. Джефкінс Ф. Реклама : практичний посіб. / ред. Д. Ядіна. Київ : Знання, 2008. 565 с.
7. Зубарева М.А. Робочі аспекти PR в Україні. Наукові записки Інституту журналістики.<http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2369>.
8. Іванова Т., Ізбаш С. Методичні «родзинки» онлайн-тренінгу «Будь у тренді: МІГ в online!»: практичний посіб. / Центр вільної преси. Київ : Академія української преси, 2020. 96 с.
9. Інтегровані комунікації: науковий журн. / Київський університет імені Бориса Грінченка, Інститут журналістики. Київ : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка. URL: <https://ij.kubg.edu.ua/informatsiya/naukovtsiam/konferentsii/zhurnal-intehrovani-komunikatsii.html>.
10. Кальна-Дубінюк Т.П. Паблік рілейшнз. К.: [б.в], 2010. 204 с.
11. Королько В., Некрасова О. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика : підручник. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
12. Кочубей Л. О. PR у політичній сфері. К.: ІПіЕНД ім. І. Ф.Кураса НАН України, 2013. 472. с
13. Кочубей Л.О. Вибірчі технології: політичний аналіз (на прикладі виборів до парламенту сучасної України). К.: ТОВ «Вид-во «Юридична думка», 2006. 280 с.

14. Куліш А. П. Практика PR по-українському. Щоденні поради PR-початківцям. Київ : Адеф-Україна, 2005. 334 с.
15. Курбан О. В. PR у маркетингових комунікаціях: навч. посіб. Київ : Кондор, 2014. 244 с.
16. Курбан О. В. Діагностика та моделювання PR процесів: монографія / Київ. нац. ун-т культури і мистец., Інститут журналістики та міжнародних відносин. Київ : Українська конфедерація журналістів, 2012. 159 с.
17. Курбан О. Соціальні мережі як інструмент у галузі PR. Вісник Книжкової палати. Київ : КПУ, 2014. № 10 (219). С. 45–47.
18. Мороз О. Нація овочів. Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. 288 с. 16

в) англомовні:

1. Berners-Lee T. From World Wide Web to Giant Global Graph. ZDNet : WebCite. URL: <https://www.zdnet.com/article/tim-berners-lee-from-world-wide-web-to-giant-global-graph/>
2. Bruns A. Gearing Up for the Election(s). Mapping Online Publics : WebCite. URL: <http://mappingonlinepublics.net/>
3. Chahal G. Election 2016: How Big Data + Social Data will Determine the Next President. Wall Street Journal. Benton Institute for Broadband & Society : WebCite. URL: <https://www.benton.org/node/138785>
4. Fairbanks, J., Plowman, K.D., and Rawlins, B. L. (2007). Transparency in government communication. *Journal of Public Affairs*, 7: 23-37
5. Getz, K. A. (2001) Public affairs and political strategy: Theoretical foundations, *Journal of Public Affairs*, 1 (4) & 2 (1). P. 305-329.
6. *International Public Relations in Practice. First Hand Experience of 14 Professionals* / edited by Margaret Nally. London : Kogan Page Limited, 2011. 217 p.
7. Kioussis S., Strömbäck J. *Political Public Relations. Political Communication*. 2011. Berlin : Mouton de Gruyter. P. 249–266.
8. McGrath, C. (ed) *Interest Groups and Lobbying in the United States and Comparative Perspectives*, Lampeter: The Edwin Mellen Press.
9. McNair, B. (2004). PR Must Die: spin, antispin and political public relations in the UK, 1997-2004 in *Journalism Studies*, Vol. 5(3): 325-338.
10. Moloney, K. (2006) *Rethinking PR? The spin and the substance* (2 edition), London.
11. Motion, J. (2005). Participative public relations: Power to the people or legitimacy for government discourse? *Public Relations Review*. 31; 505-512
12. Routledge Thomas, C. S. (2004) *Research Guide to US and International Interest Groups*, Westport., CT: Praeger
13. Weaver, C.K., Motion, J., and Roper, J., (2006). From Propaganda to Discourse (and Back Again): Truth, Power, the Public Interest, and Public Relations in L'Etang, J., and Pieczka, M., (eds) *Public Relations: Critical Debates and Contemporary Practice*, Lawrence Erlbaum Associates