



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування
Навчально-науковий інститут права
Кафедра відновного правосуддя та
приватної детективної діяльності

07-04-21

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до практичних завдань та самостійної роботи
з навчальної дисципліни

«ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ»

для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського)

рівня за спеціальністю 081 «Право»

денної та заочної форми навчання



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Рекомендовано
науково-методичною
комісією зі спеціальності 081 «Право»
Протокол № 2 від 19 жовтня 2018 р.

Рівне – 2018



Методичні вказівки до практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 081 «Право» денної та заочної форми навчання / Юхимець О. І., Курсик О. В. – Рівне : НУВГП, 2018. – 21 с.

Укладачі: – О. І. Юхимець, асистент кафедри відновного правосуддя та приватної детективної діяльності; – О. В. Курсик, асистент кафедри відновного правосуддя та приватної детективної діяльності

Відповідальний за випуск – В. І. Гришко, кандидат педагогічних наук, доцент, в.о. завкафедри відновного правосуддя та приватної детективної діяльності

Зміст

Передмова.....	3
1. Опис навчальної дисципліни та її структура.....	3
1.1. Опис навчальної дисципліни.....	3
1.2. Тематика практичних занять.....	4
1.3. Контрольні заходи та засоби діагностики.....	4
1.4. Критерії та шкала оцінювання.....	4
2. Плани практичних занять.....	7
3. Самостійна робота студентів.....	18
4. Рекомендована література.....	19



Передмова

В умовах суспільно-політичних трансформацій, проведення правових реформ, утвердження реального політичного плюралізму і становлення інститутів громадянського суспільства особливої ваги набувають технології узгодження інтересів і гармонізації стосунків суб'єктів державної влади з різними групами громадськості. Для цього створено прес-служби, розроблено комунікаційні стратегії, адже у всіх демократичних країнах влада зобов'язана виконувати чіткі процедури інформування громадян про свою діяльність і використовувати механізми залучення громадськості до формування державної політики та до оцінювання якості її реалізації.

Предметом вивчення пропонованого курсу є історія, теорія та практика зв'язків з громадськістю, особливості становлення та розвитку інституту PR в Україні.

1. Опис навчальної дисципліни та її структура

1.1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення дисципліни «Зв'язки з громадськістю» є формування у студентів фахові знання про сутність та природу зв'язків з громадськістю, їхню роль у суспільно-правовому процесі, виробити навички самостійного планування PR-кампаній.

Завдання курсу:

ознайомити студентів з основами зв'язків з громадськістю,

суттю та принципами PR-діяльності,

навчити готувати PR- тексти, складати прес-релізи, формувати інформаційні запити,

розвинути комунікативну компетентність студентів-правознавців.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент **повинен:**

знати: історію та етапи становлення зв'язків з громадськістю як самостійної сфери суспільної діяльності та



навчальної дисципліни; теоретичні основи PR-діяльності, різні точки зору на сутність PR; сутність PR як комунікативної дисципліни, основні моделі комунікації в PR; функції зв'язків з громадськістю; інституційні аспекти PR особливості PR як комунікативної технології впливу на суспільно-політичні процеси: технологію планування та основи управління процесом PR

уміти: застосовувати сучасні методи та технології PR; планувати PR-кампанії та розробляти заходи публік рилейшнз; проводити дослідження в рамках PR-кампаній; мати навички складання прес-релізу, підготовки спеціальних подій, публічного виступу

1.2. Тематика практичних занять

	Назва теми
1	Тема 1. Поняття, мета та завдання зв'язків з громадськістю (Public Relations – PR)
2.	Тема 2. Структурно-функціонально характеристика зв'язків з громадськістю
3.	Тема 3. Напрями та методи зв'язків з громадськістю
4.	Тема 4. Канали та форми здійснення зв'язків з громадськістю
5.	Тема 5. Прес-служби органів державної влади.
6.	Тема 6. Зв'язки з громадськістю у судах.
7.	Тема 7. Забезпечення зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади
8.	Тема 8. Застосування комунікацій із громадськістю виконавчих органів державної влади України
9.	Тема 9. Кризові публік рилейшнз



1.3. Контрольні заходи та засоби діагностики

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться за формами:

- оцінювання роботи студента на лекціях;
- усного опитування на практичних заняттях, оцінки розв'язання ситуаційних завдань та участі в обговоренні проблемних питань;
- виконання поточних контрольних робіт за темами змістових модулів.

1.4. Критерії та шкала оцінювання

Основними критеріями, що характеризують рівень компетентності студента при оцінюванні результатів поточного контролю з навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» є:

- повнота і вчасність виконання всіх видів навчальної роботи, передбачених робочою програмою навчальної дисципліни;
- глибина і характер знань навчального матеріалу за змістом навчальної дисципліни, що міститься в основних та додаткових рекомендованих літературних джерелах;
- вміння аналізувати явища, що вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку;
- характер відповідей на поставленні питання (чіткість, логічність, лаконічність, послідовність тощо);
- вміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних занять;
- вміння аналізувати достовірність одержаних результатів.

Оцінювання результатів поточного контролю проводиться у розрахунку від 0 до 100 балів. Основними методами оцінювання є:

- аналіз усних відповідей;
- виконання практичних завдань.

Оцінювання виконання завдань здійснюється за такими критеріями (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленими до цілого числа):

- 0% – завдання не виконано;



40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки несистемного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень.

Шкала оцінювання

Кількість набраних балів студентом	Оцінка за національною шкалою
90-100 балів	Відміно Добре
82-89 балів	
74-81 балів	Задовільно
64-73 балів	
60-63 балів	Незадовільно з можливістю повторного складання
35-59 балів	
1-34 балів	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу



2. ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Змістовний модуль 1

Тема 1. Поняття, мета та завдання зв'язків з громадськістю (Public Relations – PR)

План заняття

1. Історія виникнення та розвитку паблік рилейшнз.
2. Об'єкт і предмет зв'язків з громадськістю.
3. Статус та функції зв'язків з громадськістю.

Запитання для самоконтролю:

1. Які елементи сьогоднішніх паблік рилейшнз можна відшукати в минулому?
2. Які фактори сприяли виникненню системи зв'язків з громадськістю?
3. Які основні етапи виникнення та розвитку системи зв'язків з громадськістю виділяють сьогодні?
4. У чому специфіка кожного з етапів?
5. Що характерне для сучасного етапу розвитку паблік рилейшнз?
6. Чому в Україні зв'язки з громадськістю почали розвиватися лише на початку 90-х років? Як би оцінили перспективи їхнього подальшого розвитку?
7. Що таке об'єкт і предмет науки? Що є об'єктом та предметом паблік рилейшнз?
8. Які визначення паблік рилейшнз існують у сучасній науці?
9. Як трактується місце зв'язків з громадськістю в системі суспільних наук? Які функції виконує наукова галузь паблік рилейшнз?
10. Яку роль відігравали паблік рилейшнз у суспільстві?

Завдання до теми:

1. Письмово складіть згідно з вимогами факт-лист про історію паблік рилейшнз.
2. Письмово складіть замітку у газету про сучасний ПР в Україні.

Література: 1, 2, 3.



Тема 2. Структурно-функціонально характеристика зв'язків з громадськістю

План заняття

1. Мета й основні завдання системи зв'язків з громадськістю.
2. Громадскість та громадська думка.
3. Правові основи функціонування служб паблік рилейшнз.

Запитання для самоконтролю:

1. У чому полягають особливості громадської думки як соціального феномена?
2. Які існують форми вираження громадської думки, у чому їх особливості?
3. Назвіть джерела, шляхи, засоби та методи формування громадської думки.
4. Визначте поняття – чутки та охарактеризуйте ознаки чуток, фактори їх виникнення та поширення.
5. Які типи чуток і шляхи боротьби з ними вам відомі?
6. Коли колективна думка стає громадською? Чим вони відрізняються одна від одної?
7. Що може бути об'єктом громадської думки? Чи є якісь обмеження при вирішенні цієї проблеми?
8. Що спільного і в чому відмінності між громадською думкою та чутками?
9. Чутки розглядають як форму стихійної комунікації. А як же бути із свідомим, плановим поширенням чуток? Чи перестають чутки в такому випадку бути формою стихійної комунікації?
10. Чому профілактика чуток часто ефективніша, ніж різні методи спростування їх?
11. Які недоліки та переваги мають різні варіанти підпорядкування служб ПР? Поясніть свою думку.
12. У яких випадках можливе застосування централізованих комунікацій з громадськістю, а в яких – децентралізованих?



13. Які переваги та які недоліки має зовнішнє консультування?

14. Які положення законодавчих актів України можна розглядати як правову основу діяльності служб ПР у нашій країні?

Завдання до теми:

1. Укладіть порівняльну таблицю характерних ознак чуток, колективної думки, громадської думки за зразком

Чутки	Колективна думка	Громадська думка

2. Здійсніть колективне обговорення у формі дискусії про те, як чутки впливають на колектив та громадськість, використовуючи власний досвід.

Література: 1, 2, 3.

Тема 3. Напрями та методи зв'язків з громадськістю

План заняття

1. Дослідницька діяльність служби паблік рилейшнз
2. Методи впливу на громадськість. Вербальна комунікація
3. Невербальні комунікації в системі зв'язків з громадськістю

Запитання для самоконтролю:

1. У чому сутність методів впливу на громадськість як важливого напрямку діяльності паблік рилейшнз?
2. Що таке вербальні комунікації? Які види вербальних комунікацій вам відомі?
3. У чому сутність монологу, діалогу та полілогу?
4. Які існують правила публічних виступів?
5. За яких умов можливий діалог?
6. Сформулюйте основні принципи ефективного слухання.
7. Які існують види читання? Що заважає швидкому читанню?



8. Які різновиди письмових текстів доводиться готувати PR-менам? Назвіть загальні правила їх підготовки.

9. У чому полягають особливості текстів для громадськості?

10. Які вимоги висуваються до текстів, які поширюються в комп'ютерних мережах?

11. Що таке невербальні комунікації? Які функції вони виконують у комунікаційному процесі?

12. Які типи невербальних комунікацій можна виділити відповідно до різних критеріїв?

13. У чому особливості оптико-кінетичної знакової системи?

14. Дайте визначення поняття жести, міміката, пантоміма.

15. Що таке фонаційна знакова система та в чому її особливості в комунікаційному процесі?

16. Яке значення мають наочні засоби НВК у візуалізації інформації?

17. Наведіть приклади використання наочних засобів.

18. Яких правил слід дотримуватися, застосовуючи графічні (наочні) засоби НВК?

19. Яке значення для комунікації має організація простору та часу комунікаційного процесу?

20. Які варіанти дистанцій можна застосовувати у комунікаціях з громадськістю?

21. Чому ми говоримо про колір як про комунікаційний засіб?

Завдання до теми:

1. Складіть 5 запитань до керівника МВС України у Рівненській області на тему «Незаконний видобуток бурштину».

2. Письмово складіть текст виступу на прес-конференцію на тему «Правова реформа в Україні».

Література: 1, 2, 3.



Тема 4. Канали та форми здійснення зв'язків із громадськістю

План заняття

1. Засоби масової інформації – важливий інструмент ПР
2. Паблісіті як засіб комунікації з громадськістю
3. Роль ПР у формуванні іміджу організації _
4. Лобіювання як форма комунікації та мистецтво

Запитання для самоконтролю:

1. У чому сутність паблісіті та їх місце в системі зв'язків з громадськістю?

2. Що таке новини? Які критерії новин?

3. Що таке менеджмент новин? У чому особливості технології здійснення управління новинами?

4. Яку структуру має програма паблісіті?

5. Які існують засоби паблісіті, у чому особливості їх використання у пресі, на радіо та телебаченні?

6. Що спільного та в чому розбіжності паблісіті та реклами?

7. Чи може стати новиною подія, що сталася 20-30 років тому?

У якому випадку? Як цю подію треба подати, щоб вона зацікавила громадськість?

8. У яких випадках організація чи установа використовує міжнародні паблісіті? Чим буде визначатися їхня ефективність?

9. Чим буде відрізнятися кампанія паблісіті для організації виробничої та установи соціокультурного типу? На що треба звернути увагу в першому випадку, на що – у другому?

10. Чим відрізняється прес-реліз від репортажів, заміток, нарисів та інших журналістських жанрів?

11. У чому сутність іміджу? Чому імідж вважається інформаційним явищем?

12. У чому спільне та відмінне між іміджем та престижем, репутацією, авторитетом?

13. Яку роль у комунікаційному процесі відіграють стереотипи та установки? Як вони пов'язані з іміджем?



14. Яким чином працівник ПР може підвищити імідж керівника організації: а) працюючи з ним; б) працюючи з його оточенням; в) працюючи з персоналом?

15. У чому сутність лобізму та його роль у сучасному суспільстві?

16. Що таке лобістська діяльність, яку структуру вона має?

17. Які положення законодавчих актів України, на Вашу думку, можуть служити правовими засадами лобізму в нашій країні?

18. Певне міністерство запросило Вас як консультанта для підготовки програми перебудови певної галузі промисловості. Зрозуміло, Ви постараетесь відобразити в проєкті інтереси своєї фірми. Чи будете Ви лобістом? Чому?

Завдання до теми:

1. Використовуючи загальні правила підготовки текстів до друку, підготуйте прес-реліз про проведення дня відкритих дверей ННІ права.

2. Враховуючи специфіку підготовки текстів для комп'ютерних мереж, підготуйте інформацію про історію ННІ права для розміщення її у Вікіпедії.

Література: 1, 2, 3.

Тема 5. Прес-служби органів державної влади.

План заняття

1. Поняття прес служби та її функції.
2. Прес секретар як ключова фігура у налагодженні зв'язків з громадськістю.

Запитання для самоконтролю:

1. Яке місце служба паблік рилейшнз займає у структурі комунікаційного процесу?

2. Як залежить імідж установи від діяльності прес-служби?

3. Які обов'язки прес-секретаря?



4. Яких етичних норм повинен дотримуватися працівник служби зв'язків з громадськістю? Чи не достатньо обмежитися лише загальнолюдськими нормами моралі?
5. Які вимоги до усного мовлення прес-секретаря?
6. Які вимоги до письмового мовлення прес-секретаря?
7. Якими компетентностями повинен володіти прес-секретар?

Завдання до теми:

1. Уявіть, що Ви прес-секретар громадської організації «Детективна агенція». Підготуйте інформаційний лист про діяльність агенції, враховуючи, що закон «Про приватну детективну діяльність» в Україні не прийнято і агенція надає лише ті види послуг, які не суперечать чинному законодавству.
2. Проаналізуйте діяльність прес-служб правоохоронних органів. Виокремте притаманні їм ознаки.
3. Проаналізуйте кримінальні новини представлені у всеукраїнських та регіональних газетах. Визначте специфіку жанру. Проілюструйте прикладами.

Література: 1, 2, 3, 7, 5.

Тема 6. Зв'язки з громадськістю у судах.

План заняття

1. Формування зв'язків з громадськістю в суді.
2. Суди у відносинах з журналістами та ЗМІ.
3. Комунікативна тактика суду під час розгляду резонансних справ.
4. Найкращі практики українських суддів у сфері комунікації з громадськістю.

Запитання для самоконтролю:

1. Що таке комунікація та чи потрібна суду ефективна комунікація?
2. Як розробити комунікаційну стратегію суду та комунікаційний план?
3. Які особливості зв'язків з громадськістю суду?
4. Які особливості діяльності прес-служби суду?



5. Яка інформація у діяльності суду є публічною? Чому?
6. Які є особливості комунікації суду зі ЗМІ закордоном?
7. Чи допустимо казати фразу «без коментарів»?
8. Які форми та засоби комунікації суду з цільовими аудиторіями?
9. Якими нормативно-правовими актами та документами послуговується суд для організації зв'язків з громадськістю?
10. Яке значення має прийняття комунікаційної стратегії суду? Чому?

Завдання до теми:

1. Укладіть таблицю «Методи взаємодії суду з засобами масової інформації» за зразком:

Назва заходу	Короткий опис	Очікуваний результат

2. Здійсніть моніторинг сайтів суддів. Проаналізуйте новини та визначте які новини факти, новини-події та новини-цитати були представлені. Проаналізуйте, проілюструйте та обґрунтуйте свою думку.
3. Підготуйте план діяльності служб зі зв'язків з громадськістю судових органів.
4. Письмово підготуйте заяву для ЗМІ за гостру актуальну тему.
5. Визначте правовий статус інтерв'ю. Відповідь обґрунтуйте.

Література: 1, 2, 3, 4, 5, 8.

Тема 7. Забезпечення зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади

План заняття

1. Організаційні засади зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади



2. Методологічні засади та інструментарій зв'язків з громадськістю органів державної влади

Запитання для самоконтролю:

1. Які завдання прес-служби Кабінету Міністрів України?

2. Поясніть понятті «інформація державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування»?

3. Як здійснюють поширення інформації державних органів та органів місцевого і регіонального самоврядування?

4. Яких вимог потрібно дотримуватися щоб досягти взаєморозуміння, доброзичливих відносин та співпраці між органом державної влади і громадськістю?

5. Які обов'язки прес-служби уряду?

6. Який статус прес-служби уряду?

7. Яка відповідальність прес-служби уряду?

8. Які цілі взаємодії державних виконавчих органів з громадськістю?

9. Які існують засоби інформаційної взаємодії органів державної виконавчої влади та місцевого самоврядування з громадськістю?

10. Які основні цілі та завдання прес-служб органів державної влади та місцевого самоврядування?

Завдання до теми:

1. Від імені місцевої державної адміністрації, письмово підготуйте запрошення для місцевих ЗМІ до співпраці.

2. Укладіть перелік нормативно-правових актів та документів на підставі яких функціонує прес-центр Кабінету міністрів України.

3. Підготуйте мультимедійну презентацію для представників ЗМІ про діяльність студентського самоврядування ННІ права.

Література: 1, 2, 3, 4, 7.



Тема 8. Застосування комунікацій із громадськістю у законодавчих органах державної влади України

План заняття

1. Декларація відкритості парламенту
2. Засоби реалізації PR законодавчим органам державної влади України.

Запитання для самоконтролю:

1. Поясніть поняття «доступ до інформації».
2. Які особливості медіа-стратегії парламенту.
3. Які особливості залучення громадян до парламентських процесів?
4. Веб-ресурси Верховної Ради України як джерело інформації.
5. Які канали комунікації є у розпорядженні Верховної Ради?
6. Які медійні канали комунікації ВР Ви знаєте?
7. Назвіть немедійні канали комунікації ВР.
8. Охарактеризуйте цільові аудиторії комунікаційної діяльності Верховної Ради?
9. Охарактеризуйте прес-центр ВР.
10. Назвіть основні механізми посилення комунікаційної спроможності ВР.

Завдання до теми:

1. Складіть короткий факт-лист про діяльність ВР.
2. Запропонуйте інформаційне наповнення та дизайн інформаційного буклета про ННІ права.

Література: 1, 2, 3,4, 9.

Тема 9. Кризові паблік рилейшнз

План заняття

1. Кризи та кризові ситуації
2. Основні завдання ПР-служб у передкризовий період.
3. Діяльність ПР-служб в умовах кризи

Запитання для самоконтролю:

1. У чому сутність і причини криз?



2. Чим відрізняється кризова ситуація від кризи?
3. Що допоможе працівникам ПР передбачити кризу або кризову ситуацію? Від чого залежить можливість запобігання кризам?
4. Наведіть приклади різних типологізацій криз, що застосовуються у ПР-діяльності.
5. Які завдання вирішують служби паблік рилейшнз щодо запобігання кризовим ситуаціям?
6. Які основні завдання вирішують служби паблік рилейшнз у кризових умовах?
7. Які основні завдання вирішують служби зв'язків з громадськістю в післякризових умовах?
8. Як вирішується проблема збереження іміджу організації у кризових та післякризових умовах?
9. Яку роль відіграє внутрішня громадськість у подоланні криз та кризових ситуацій?
10. Яка тактика служби ПР під час виникнення кризової ситуації є найефективнішою – а) замовчування неприємної події (прагнення приховати її від громадськості); б) швидке реагування на подію (використання оперативніших ЗМІ); в) тактика затягування (почекаємо, а потім, із урахуванням цієї реакції, проведемо інформаційну кампанію)?

Завдання до теми:

1. Уявіть, що Ви прес-секретар міського суду. Ви відслідковали у мережі «Інтернет» недостовірну інформацію про діяльність суду щодо розгляду резонансної справи. Яких заходів Вам необхідно вжити, щоб зреагувати на поширення такої інформації. Напишіть за зразком: а); б); в) і т.д.
2. Підготуйте новини для телебачення або радіомовлення з приводу вчинення злочину, який викликав суспільний резонанс через його підвищену небезпеку (злочини проти основ національної безпеки України, тероризм, торгівля людьми, військові злочини, злочини з кваліфікуючими ознаками та/або з обтяжуючими обставинами; вбивства та тілесні ушкодження, які містять ознаки «самосуду»; справи про сексуальне насильство за участю неповнолітніх)

Література: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9.



3. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Самостійна робота сприяє кращому засвоєнню студентами матеріалу з навчальної дисципліни «Зв'язки з громадськістю» та формуванню у них навичок та вмінь отримати додаткові знання.

Формами самостійної роботи студентів є:

- доопрацювання матеріалів лекцій та опрацювання літератури, що пропонується до вивчення за темами навчальної дисципліни;

- підготовка до практичних (семінарських) занять, виконання завдань по темах практичних;

- робота в інформаційних мережах;

- вибір теми, розробка плану та написання реферативної роботи.

Результативність самостійної роботи оцінюється під час заслуховування та обговорення та захисту рефератів, поточного модульного контролю знань, перевірки письмових відповідей та підсумкового оцінювання успішності студентів.

Перелік тем для рефератів

1. Організаційні засади зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади.

2. Основні принципи організації роботи служб зі зв'язків з громадськістю в органах державної влади.

3. Планування діяльності служб зі зв'язків з громадськістю.

4. Засоби інформаційно-аналітичного забезпечення служб із зв'язків з громадськістю.

5. Правове регулювання діяльності служб зі зв'язків з громадськістю.

6. Методологічні засади та інструментарій зв'язків громадськістю.

7. Технології взаємодії органів державної влади із засобами масової інформації.

8. Інформаційні кампанії в органах державної виконавчої влади.

9. Консультативна, змішана та індивідуальна форми роботи системи зв'язків з громадськістю.



10. Громадська думка як об'єкт PR-діяльності.
11. Структура, цілі та завдання комунікацій з громадськістю в міжнародному середовищі.
12. Особливості міжнародної PR-діяльності держав та державних органів.
13. Міжнародні організації та ТНК як суб'єкти PR-діяльності.
14. Мультикультурне середовище як фактор здійснення міжнародних PR.
15. Комунікації із внутрішньою громадськістю.

4. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова:

1. Шевченко О. В., Яковець А. В. PR: теорія і практика. Підручник. Київ : Бізнесполіграф, 2011. 464с.
2. Королько В. Г. та Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 3-тє вид. доп. і перероб. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 831 с.
3. Тихомирова Є. Б. Зв'язки з громадськістю. Навчальний посібник. Київ, 2001. 365 с.
4. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика. Москва : Дело, 2010. 560с.
5. Вон Д., Петрова Н., Філіпенко Д., Мухін Ю., Солдатенко І., Земляной В. Зв'язки із громадськістю в судах : навчально-практичний посібник для суддів і працівників апарату судів. Київ : ТОВ «Друкарня «Бізнесполіграф», 2015. 232 с.
6. Шевченко О. В. Основи PR-практики (прикладний аспект): Посібник. Київ : Центр вільної преси, 2007. 157 с.
7. Науково-методичне забезпечення зв'язків з громадськістю в органах державної виконавчої влади : метод. рек. / за заг. ред. С. А. Чукут. Київ : НАДУ, 2008. 72 с.
8. Прямі зв'язки з громадськістю. Методичні рекомендації: збірник документів та статей. Київ : Прецедент, 2007. 138 с.



Допоміжна:

1. Про інформацію: Закон України від 02 жовтня 1992 року. *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 48. ст. 650.
2. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні: Закон України від 16 листопада 1992 року. *Відомості Верховної Ради України*. 1996. Т.4. ст. 172–187.
3. Баровська А. В. Державні інформаційні кампанії: основні характеристики та нормативно-правове забезпечення *Вісн.НАДУ*. 2007. № 2. С. 102-111.
4. Біла книга Секретаріату Кабінету Міністрів України "Демократизація процесу прийняття рішень". Київ, 2006. С. 10-12.
5. Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства (Женева 2003 - Туніс 2005). Підсумкові документи. Київ : ДП "Зв'язок", 2006. 19 с.
6. Грицяк Н. В., Баровська А. В., Інформаційні кампанії як механізм підвищення ефективності реалізації державної політики в сфері євроінтеграції. *Наук.-аналіт. щоквартал. зб. Нац. ін-тустратег. дослідж. «Стратегічні пріоритети»*. 2007. № 2 (3). С. 37-44.
7. Джига Т. В. Методичні матеріали до практичних занять з курсу "Зв'язки з громадськістю". Київ : Вид-во НАДУ, 2006. 80 с.
8. Джига Т. В. Організація зв'язків з громадськістю в центральних органах державної влади: досвід Росії. *Вісн. НАДУ*. 2007. № 2. С. 90-102.
9. Джига Т. В. Співпраця із засобами масової інформації: державно-управлінський аспект. *Матеріали наук.-практ. конф. заміжнар. участю, Київ, 31 трав. 2006 р.: У 2 т.* За заг. ред. О. Ю. Оболенського, В. М. Князева. Київ: Вид-во НАДУ, 2006. Т. 1. С. 409-410.
10. Ефективна комунікація між державною службою та засобами масової інформації. Переклад з англійської Л. Б. Магдюк, О. М. Рудік. Д. : Центр економічної освіти, 2000. 68 с.
11. Голік О. В. Кодекси професійної етики фахівця зі зв'язків з громадськістю: порівняльний аспект. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2012. № 2. С. 134-138.



12. Сапша М. М. До питання про становлення і розвиток публік рілейшнз в Україні. *Український соціум*. 2006. № 6 (17). С. 55-61

13. Гонцяж Я., Гнидюк Н. Адміністративна реформа: нездійснені мрії та втрачені можливості. Як знайти конструктивний шлях для реалізації основних компонентів адміністративної реформи? Київ : Міленіум, 2002. 136 с.

14. Гонцяж Я., Гнидюк Н. Свобода інформації та виконавча гілка влади. Правові норми. Інституції. Процедури: порівняльний аналіз : моногр. Київ : Міленіум, 2002. 247 с.

15. Ібрагімова І. Організація системи інформаційної підтримки державного управління (загальні аспекти комунікаційної політики). Київ : Вид-во УАДУ, 2001

16. Інформаційна відкритість органів державної влади України / за заг. ред. М. Лациби. Київ : Укр. незалежний центр політ. досліджень, 2005. 156 с.

17. Королько В. Г. Публік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика. Київ : Скарби, 2001. 400 с.

11. Інтернет-ресурси

1. Указ Президента України “Про додаткові заходи щодо забезпечення відкритості у діяльності органів державної влади” від 1 серпня 2002 р. № 683/2002 URL : <http://www.president.gov.ua/> (дата звернення : 03.12.2018).

2. Малик Ю. Зв’язки з громадськістю – складова комунікативної діяльності державних службовців. URL :: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Edu/2008_16_17/fail/Malyk.pdf.

3. Пантелейчук І. В. Політична реклама в системі державно-управлінської комунікації. URL : <http://www.nbu.gov.ua> (дата звернення : 03.12.2018).

4. Усаченко Л. М. Громадська експертиза рішень органів державної влади як форма громадського контролю. URL : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2009-2/doc/5/17.pdf>