

Центральноукраїнський національний технічний університет
Кафедра економіки, менеджменту та комерційної діяльності



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Проректор з
науково-
педагогічної роботи
КИРИЧЕНКО А.М.

” 08 2024 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

PR-менеджмент

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітньо-професійна програма:

«Підприємництво та торгівля у SMART-середовищі»

Економічний факультет

2024 – 2025 навчальний рік

Розробниця: канд. екон. наук, доцент Рябоволик Тетяна Федорівна

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри економіки, менеджменту та комерційної діяльності

Протокол від “30”серпня 2024 року № 1а

Декан економічного факультету: д.е.н., проф. ШАЛІМОВА Н.С.



(підпис)

(ШАЛІМОВА Н.С.)

©ЦНТУ, 2024 рік

© Рябоволик Т.Ф.

2024 рік

1.Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 07 Управління та адміністрування	Спеціальної (фахової)	
		Рік підготовки:	
Загальна кількість годин – 120	Спеціальність: 076 Підприємництво та торгівля	1-й	1-й
		Семестр	
	Освітня програма: Підприємництво та торгівля у SMART-середовищі	2-й	2-й
		Лекції	
Тижневих годин навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 4,5	Рівень вищої освіти: другий (магістерський)	32 год.	4 год.
		Практичні, семінарські	
		16 год.	2 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		72	114
Вид контролю: екзамен			

Мова навчання: українська

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «PR-менеджмент» є формування у студентів системних знань і практичних навичок щодо організації та управління зв'язками з громадськістю як ключового інструменту сучасного бізнесу, державного та громадського управління.

Завдання вивчення дисципліни:

- засвоїти історичні основи виникнення PR-менеджменту;
- розкрити сутність, принципи та функції PR-менеджменту;
- опанувати шляхи та методи побудови сучасного PR-процесу;
- здобути знання про особливості PR-діяльності у цифровому середовищі;
- опанувати інструменти PR у соціальних мережах;
- вивчити особливості PR-менеджменту у сфері корпоративної інформаційної безпеки;
- ознайомитися з правовим полем PR-діяльності;
- розкрити взаємозв'язок PR та HR у розвитку компанії;
- вивчити сутність та особливості PR у сфері торгівлі.

Передумови для вивчення дисципліни (структурно-логічна схема підготовки фахівця): Враховуючи послідовність накопичення знань та інформації, дисципліна вивчається після опанування наступних курсів: «Психологія розвитку та самоменеджменту», «Business communication in professional and public activities», «Підприємництво в смарт-середовищі», «Технології управління торговельною діяльністю в диджитал сфері».

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен отримати:

ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

Загальні компетентності

ЗК1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації;

ЗК2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми;

ЗК3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності);

ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

Спеціальні компетентності

СК3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі;

СК4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності;

СК7. Здатність обирати і використовувати методи та технології для ведення підприємницької та торговельної діяльності із застосуванням цифрових інструментів та засобів PR-менеджменту.

Програмні результати навчання

ПРН 1. Адаптуватися та проявляти ініціативу і самостійність в ситуаціях, які виникають в професійній діяльності.

ПРН 2. Визначати, аналізувати проблеми підприємництва і торгівлі та розробляти заходи щодо їх вирішення.

ПРН 3. Розробляти заходи матеріального і морального заохочення та застосовувати інші інструменти мотивування персоналу й партнерів для досягнення поставленої мети.

ПРН 4. Застосовувати бізнес-комунікації для підтримки взаємодії з представниками різних професійних груп.

ПРН 5. Професійно, в повному обсязі й з творчою самореалізацією виконувати поставлені завдання у сфері підприємництва та торгівлі.

ПРН 9. Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької та торговельної діяльності.

ПРН 10. Вирішувати проблемні питання, що виникають в діяльності підприємницьких і торговельних структур за умов невизначеності та ризиків.

ПРН 14. Використовувати новітні засоби та методи ведення підприємницької та торговельної діяльності з використанням PR технологій і цифрових інструментів в умовах розвитку смарт-середовища.

2. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Історія виникнення та розвитку PR-менеджменту

Перші форми спілкування з громадськістю. Фактори сприяння (передумови) появи системи зв'язків з громадськістю. Основні етапи становлення та розвитку PR-у.

Тема 2. Сутність, принципи і функції PR-менеджменту

Значення, проблематика і сутність паблік рилейшнз. Принципи встановлення і підтримки паблік рилейшнз. Правила і функції паблік рилейшнз.

Тема 3. Шляхи та методи розбудови сучасного PR-процесу

Структура сучасного PR-процесу. Створення та налагодження роботи підрозділів по роботі з громадськістю. Робота із PR-супроводження.

Тема 4. PR-діяльність у цифровому середовищі

PR-технологій у просуванні цифрових проєктів в умовах глобальної конкуренції. Маркетинг та PR-діяльність компанії в цифровому середовищі. Побудова PR-у нового IT-продукту з нуля.

Тема 5. PR у соціальних мережах

Історія виникнення віртуальних соціальних мереж. Соціальні мережі в роботі сучасного PR-фахівця. Просування продукту в соціальних мережах.

Тема 6. PR-менеджмент та корпоративна інформаційна безпека

PR та конкурентна розвідка. PR та корпоративна контррозвідка. Новітній інструментарій забезпечення корпоративної інформаційної безпеки.

Тема 7. Правове поле PR-діяльності

Законодавче регулювання PR-діяльності. Етика та відповідальність у PR-діяльності. Захист персональних даних та конфіденційності в PR-діяльності. Авторське право та інтелектуальна власність.

Тема 8. Роль PR та HR у розвитку компанії

Визначення PR та HR-менеджменту у бізнесі. Вплив корпоративного іміджу на залучення клієнтів і талантів. Взаємозв'язок зовнішнього та внутрішнього PR у роботі з персоналом.

Тема 9. Сутність та особливості PR у сфері торгівлі

Сутність PR у сфері торгівлі. Особливості PR у сфері торгівлі.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				Кількість годин			
	денна форма				заочна форма			
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		
		л	п	с.р.		л	п	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тема 1. Історія виникнення та розвитку PR-менеджменту	12	3	1	8	12			12
Тема 2. Сутність, принципи і функції PR-менеджменту	12	3	1	8	12			12
Тема 3. Шляхи та методи розбудови сучасного PR-процесу	13	3	2	8	12			12
Тема 4. PR-діяльність у цифровому середовищі	14	4	2	8	12	1		13
Тема 5. PR у соціальних мережах	14	4	2	8	12	1	1	13
Тема 6. PR-менеджмент та корпоративна інформаційна безпека	13	3	2	8	13			13
Тема 7. Правове поле PR-діяльності	14	4	2	8	14	1		13
Тема 8. Роль PR та HR у розвитку компанії	13	3	2	8	13			13
Тема 9. Сутність та особливості PR у сфері торгівлі	14	4	2	8	14	1	1	13
Усього годин	120	32	16	72	120	4	2	114

4. Теми практичних занять

Назва теми	Кількість годин	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Тема 1. Історія виникнення та розвитку PR-менеджменту	1	
Тема 2. Сутність, принципи і функції PR-менеджменту	1	
Тема 3. Шляхи та методи розбудови сучасного PR-процесу	2	
Тема 4. PR-діяльність у цифровому середовищі	2	
Тема 5. PR у соціальних мережах	2	1
Тема 6. PR-менеджмент та корпоративна інформаційна безпека	2	
Тема 7. Правове поле PR-діяльності	2	
Тема 8. Роль PR та HR у розвитку компанії	2	
Тема 9. Сутність та особливості PR у сфері торгівлі	2	1
Разом	16	2

5. Самостійна робота

Назва теми	Кількість годин	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Тема 1. Історія виникнення та розвитку PR-менеджменту	8	9
Тема 2. Сутність, принципи і функції PR-менеджменту	8	9
Тема 3. Шляхи та методи розбудови сучасного PR-процесу	8	8
Тема 4. PR-діяльність у цифровому середовищі	8	12
Тема 5. PR у соціальних мережах	8	12
Тема 6. PR-менеджмент та корпоративна інформаційна безпека	8	8
Тема 7. Правове поле PR-діяльності	8	12
Тема 8. Роль PR та HR у розвитку компанії	8	8
Тема 9. Сутність та особливості PR у сфері торгівлі	8	8
Разом	72	114

6. Індивідуальні завдання

Виконання індивідуальних завдань має за мету поглибити знання з дисципліни «**PR-менеджмент**». Індивідуальні завдання передбачають підготовку індивідуальних і командних проєктів, а також глибоке опрацювання однієї з наведених нижче тем та її презентацію на практичному занятті:

1. Перші форми комунікації з громадськістю у Стародавньому світі.
2. Роль промислової революції у формуванні системи зв'язків з громадськістю.
3. Становлення PR у США та Європі: ключові етапи та постаті.
4. Історія розвитку PR в Україні: від радянського періоду до сучасності.
5. Принципи побудови ефективних відносин із громадськістю.
6. Основні функції PR у системі управління організацією.
7. Значення паблік рилейшнз для формування корпоративної репутації.
8. Сучасні проблеми й виклики розвитку PR-менеджменту.
9. Етапи побудови PR-процесу у великій компанії.
10. Організаційна структура підрозділу з PR: приклади та моделі.
11. Антикризисний PR як важливий елемент PR-процесу.
12. PR-супровід продукту чи бренду: сучасні практики.
13. Особливості просування цифрових продуктів за допомогою PR.
14. Використання інструментів діджитал-маркетингу у PR-кампаніях.
15. Побудова PR-стратегії для IT-компанії з нуля.
16. Конкуренція у цифровому середовищі та роль PR-технологій.
17. Історія виникнення соціальних мереж та їх вплив на PR.
18. Соціальні мережі як інструмент побудови бренду.
19. Таргетована реклама як інструмент PR у Facebook та Instagram.
20. TikTok як нова платформа для просування PR-кампаній.
21. Використання PR у конкурентній розвідці компаній.
22. Роль PR у системі корпоративної контррозвідки.
23. Інструменти захисту репутації бізнесу у цифровому просторі.
24. Інформаційна безпека та PR-кампанії: виклики сучасності.
25. Законодавче регулювання PR-діяльності в Україні та ЄС.
26. Етичні стандарти та професійна відповідальність PR-фахівців.
27. Захист персональних даних у PR-кампаніях.
28. Авторське право та інтелектуальна власність у сфері PR.
29. Взаємозв'язок PR та HR у формуванні корпоративного бренду.
30. Вплив корпоративного іміджу на залучення талантів і клієнтів.

7. Методи навчання

Для досягнення програмних результатів навчання з дисципліни «**PR-менеджмент**» доцільно застосовувати поєднання традиційних, інтерактивних та інноваційних методів навчання й викладання, що забезпечують формування у студентів як теоретичних знань, так і практичних компетентностей.

Лекційні методи: проблемно-орієнтовані лекції; лекції-візуалізації; Лекції-бесіди.

Методи активного навчання: дискусії та дебати; аналіз кейсів; мозковий штурм; рольові ігри; метод проєктів.

Практично-орієнтовані методи: медіатренінг; симуляції; воркшопи та майстер-класи; портфоліо-підхід.

Інноваційні методи: E-learning; Blended learning (змішане навчання); Flipped classroom (перевернуте навчання); Gamification.

Дослідницькі методи: міні-дослідження та аналітичні звіти; метод порівняльного аналізу; проектно-дослідницька діяльність.

Методи дистанційного навчання за допомогою платформ: Moodle, Zoom, Meet.

8. Критерії та засоби оцінювання

Види контролю: поточний, підсумковий.

Методи контролю: поточне оцінювання здійснюється у формі тестування в Moodle, презентації індивідуальних і командних проєктів, усного опитування та перевірки результатів виконання індивідуальних розрахункових завдань.

Семестровий підсумковий контроль проводиться у формі екзамену.

Критерії оцінювання доводяться до здобувачів на початку вивчення навчальної дисципліни. Більш детальний розподіл балів відображено в курсі на платформі Moodle.

Загальна кількість балів, виділених для оцінки результатів під час одного рубіжного контролю навчальної дисципліни, при семестровому контролі у формі екзамену – 30 балів. Протягом семестру здобувач може отримати максимум 60 балів, у тому числі: перший рубіжний контроль – 30 балів, другий рубіжний контроль – 30 балів. Загальна кількість балів, виділених на проведення семестрового екзамену, складає 40 балів. Оцінювання навчальних досягнень здобувачів здійснюється за національною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно», а також за 100-бальною шкалою та шкалою ECTS.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90-100	A	відмінно
82-89	B	добре
74-81	C	
64-73	D	
60-63	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Оцінку «відмінно» (90-100 балів, A) отримує здобувач, який:

- всебічно, систематично і глибоко володіє навчально-програмовим матеріалом;
- вміє самостійно виконувати завдання, передбачені програмою, використовує набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- засвоїв літературу, яка рекомендована програмою;

- засвоїв взаємозв'язок основних понять дисципліни та усвідомлює їх значення для професії, яку він набуває;

- вільно висловлює власні думки, самостійно оцінює різноманітні життєві явища і факти, виявляючи особистісну позицію;

- самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності, виявив творчі здібності і використовує їх при вивченні навчально-програмового матеріалу, проявив нахил до наукової роботи.

Оцінку «добре» (82-89 балів, B) – отримує здобувач, який:

- повністю опанував і вільно (самостійно) володіє навчально-програмовим матеріалом, в тому числі застосовує його на практиці, має системні знання достатньому обсязі відповідно до навчально-програмового матеріалу, аргументовано використовує їх у різних ситуаціях;

- має здатність до самостійного пошуку інформації, а також до аналізу, постановки і розв'язування проблем професійного спрямування;

- під час відповіді допустив деякі неточності, які самостійно виправляє, добирає переконливі аргументи на підтвердження вивченого матеріалу.

Оцінку «добре» (74-81 бал, C) отримує здобувач, який:

- в загальному обсязі роботу виконав, але відповідає на екзамені з певною кількістю помилок;

- вміє порівнювати, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, в цілому самостійно застосовувати на практиці, контролювати власну діяльність;

- опанував навчально-програмовий матеріал, успішно виконав завдання, передбачені програмою, засвоїв основну літературу, яка рекомендована програмою.

Оцінку «задовільно» (64-73 бали, D) – отримує здобувач, який:

- знає основний навчально-програмовий матеріал в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії;

- виконує завдання, але при рішенні допускає значну кількість помилок;

- ознайомлений з основною літературою, яка рекомендована програмою;

- допускає на заняттях чи екзамені помилки при виконанні завдань, але під керівництвом викладача знаходить шляхи їх усунення.

Оцінку «задовільно» (60-63 бали, E) – отримує здобувач, який:

- володіє основним навчально-програмовим матеріалом в обсязі, необхідному для подальшого навчання і використання його у майбутній професії, а виконання завдань задовольняє мінімальні критерії. Знання мають репродуктивний характер.

Оцінка «незадовільно» (35-59 балів, FX) – виставляється здобувачу, який:

- виявив суттєві прогалини в знаннях основного програмового матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань.

Оцінка «незадовільно» (35 балів, F) – виставляється здобувачу, який:

- володіє навчальним матеріалом тільки на рівні елементарного розпізнавання і відтворення окремих фактів або не володіє зовсім;

- допускає грубі помилки при виконанні завдань, передбачених програмою;

- не може продовжувати навчання і не готовий до професійної діяльності

після закінчення університету без повторного вивчення даної дисципліни.

Підсумкова (загальна оцінка) курсу навчальної дисципліни є сумою оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове тестування рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи; оцінка (бали) за виконання практичних індивідуальних завдань, вирішення практичних задач та кейсів. Підсумкова оцінка виставляється після повного вивчення навчальної дисципліни, яка виводиться як сума проміжних оцінок.

9. Список рекомендованих для опрацювання джерел

Основні:

1. Вілл Сторр. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. Книга. Київ : Наш формат, 2022. 224 с.
2. Каплунов Денис. Королі соціальних мереж. Книга. Київ : BOOKSHEF, 2022. 432 с.
3. Примак Т. О. PR для менеджерів і маркетологів : книга. К. : Центр учбової літератури, 2020, 202 с.
4. Роулз Деніел Цифровий брендинг: Повне покрокове керівництво зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань : книга. Харків : Вид-во «Ранок» : Фабула, 2020. 256 с.
5. Сесілія Канг, Шіра Френкель. Огидна правда. Facebook: за лаштунками боротьби за першість. Книга. Київ : Vivat, 2022. 336 с.
6. Boryshkevych I. Development of Pedagogical Staff as an Integral Element of Forming a Positive Image of an Educational Institution. Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University. 2021. Vol. 8(3). pp. 52-59. URL: <https://doi.org/10.15330/jpnu.8.3.52-59>

Додаткові:

7. Річ Лі Міфи про PR : книга. Харків : Фабула, 2020. 272 с. . URL: https://www.yakaboo.ua/ua/mifi-pro-pr.html#media_popup_fragment
8. Губіна А. М., Нетреба М. М., Хлебнікова Т. М. Сучасні PR-технології у менеджменті організацій. Наукові перспективи. 2021. № 11(17). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/705/707>
9. Які PR-інструменти обов'язкові для використання у 2024-му — 6 думок від агенції Hoshva. 2024. URL: <https://vctr.media/ua/yaki-pr-instrumentyobovyazkovidlya-vykorystannya-u-2024-mu-6-dumok-vid-agencziyi-hoshva216149/>
10. Так (не) треба робити. Як побудувати PR нового IT-продукту з нуля. 2024. URL: <https://vctr.media/ua/yak-pobuduvati-pr-novogo-it-produktu-z-nulya148493/>

11. Особливості PR для IT-компаній: ваші аудиторії та меседжі для кожної з них. 2024. URL: <https://marketer.ua/ua/features-of-pr-for-it-companies/>

12. Все про рекламу та PR в Україні. 2024. URL: <http://www.4plus.com.ua/>.

Технологічні тренди 2024 року. SPEKA.media: вебсайт. URL: https://speka.media/tehnologicni-trendi-2024-rokupy77eq?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=21107681931&gclid_source=1

13. Чи потрібні технічні навички менеджеру в IT компанії. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/chi-potribni-tehnichni-navichki-menedzheru-v-itkompaniyi/>

24. Трансформація B2B продажів: від телефонних дзвінків до AIавтоматизації. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/transformacziya-b2bprodazhiv-vid-telefonnih-dzvinkiv-do-ai-avtomatizacziyi/>

15. 8 кроків до вдосконалення продукту. Досвід Monobank. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/8-kroktiv-do-vdoskonalennya-produktu-dosvidmonobank/>

16. Must-Have Шаблони Документації Продаж-Менеджера: від ініціації до релізу. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/must-have-shablonidokumentacziyi-prodzhekt-menedzhera-vid-inicziacziyi-do-relizu/>

17. Трансформація українського IT-аутсорсу: відповідь на глобальні виклики. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/transformacziya-ukrayinskogo-itautsorsu-vidpovid-na-globalni-vikliki/>

18. Хто за що відповідає на етапі Presale. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/hto-za-shho-vidpovidaje-na-etapi-presale/>

19. Як стати Product Manager з нуля чи інших IT-спеціальностей. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/yak-stati-product-manager/>

20. Як фінансисту в IT не накосячити під час розрахунків бюджету на команду проєкту. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/yak-finansistu-v-it-ne-nakosyachiti-pid-chas-rozrahunkiv-byudzhetu-na-komandu-projektu/>

21. LinkedIn — головне джерело лідів в 2024? 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/linkedin-golovne-dzherelo-lidiv-v-2024/>

22. Presale-менеджер: хто він і яким має бути? 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/presale-menedzher-hto-vin-i-yakim-maje-buti/> 21. Presale і чому він важливий для IT-компанії. 2023. URL: <https://iampm.club/ua/blog/presale-i-chomu-vin-vazhliivij-dlya-it-kompaniyi/>

23. SEO-лідогенерація: безкоштовні методи для прокачки сайту. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/seo-lidogeneracziyabezkoshtovni-metodi-dlyaprokachki-sajtu/>

24. Pivot: що це таке і як розгорнути стартап. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/pivot-shho-cze-take-i-yak-rozgornuti-startap/>

25. Розробка IT-проєкту: етапи та роль проєктного менеджера. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/rozrobka-it-projektu-etapi-ta-rol-projektного-menedzhera/>

26. Технології для розробки сайту: що це, які найпопулярніші та як вибрати. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/tehnologiyi-dlya-rozrobki-sajtushho-cze-yaki-najpopulyarnishi-ta-yak-vibrati/>

27. Етапи управління IT-проєктами: ініціація проєкту для менеджера. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/etapi-upravlinnya-it-projektami-inicziacziyaprojektu-dlya-menedzhera/>

28. Складаємо контент-план: як знайти цікаві теми для постів. 2024. URL: <https://iampm.club/ua/blog/skladajemo-kontent-plan-yak-znajti-czikavi-temi-dlyapostiv/>

Електронні ресурси:

1. Noblet Media CIS URL: <http://www.nobletmedia.com.ua>
2. Open Mind (компанія OMCG) URL: <http://omcg.com.ua>
3. PRESS-SERVICE – PR-агентство URL: <http://press-service.com.ua>
4. Publicity Creating URL: <http://www.publicity.com.ua>
5. Асоціація політичних консультантів України. URL: <http://www.piar.kiev.ua/>
6. Всеукраїнський портал про PR URL: <http://propr.com.ua>.
7. Global Alliance for Public Relations and Communications Management. URL: <http://www.online-pr.com>
8. International Communications Consultancy Organisation URL: <http://www.iccopr.com>
9. Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>
10. Інтернет-портал для управлінців. URL: [www. Management.com.ua](http://www.Management.com.ua)
11. Курс «Комунікаційні інструменти для побудови репутації» // Prometheus. URL : <https://prometheus.org.ua/>
12. Національна служба посередництва і примирення. URL: www.nspp.gov.ua
13. Портал управління змінами. URL: <https://pdp.nacs.gov.ua/>
14. Психологічний захист та його механізм. URL: www.horting.org.ua/note/1455
15. Сайт наукової бібліотеки «Буковина». URL: <http://buklib.net>
16. Сайт Національної бібліотеки імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>
17. Український центр медіації. URL: <https://ukrmediation.com.ua/ua/>
18. International Security and Partnership Center, Центр міжнародної безпеки та партнерства. URL: www.ispc.org.ua