

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

В. о. декана факультету
міжнародних економічних
відносин та туристичного
бізнесу

Тетяна МІРОНЦІЧЕНКО

« » _____ 2023р

Робоча програма навчальної дисципліни

Прес-служба

(назва навчальної дисципліни)

рівень вищої освіти другий (магістерський)
галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
освітня програма "Міжнародний туристичний бізнес"
вид дисципліни за вибором
(обов'язкова/ за вибором)
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

2023/2024 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

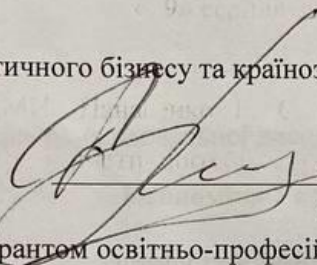
«29» серпня 2023 року, протокол № 1

РОЗРОБНИКИ ПРОГРАМИ: Панасенко Г. С., кандидат політичних наук, доцентка, доцентка кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства

Протокол від «28» серпня 2023 року, № 1

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства



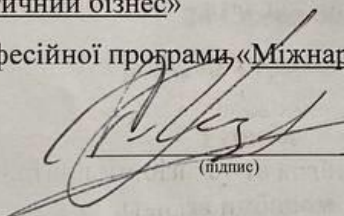
Анатолій ПАРФІНЕНКО

(підпис)

Програму погоджено з гарантом освітньо-професійної програми

«Міжнародний туристичний бізнес»

Гарант освітньо-професійної програми «Міжнародний туристичний бізнес»



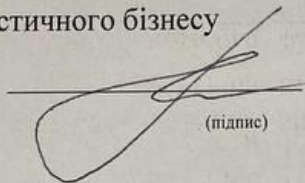
Анатолій ПАРФІНЕНКО

(прізвище та ініціали)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол від «29» серпня 2023 року, № 1

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу



Лариса ГРИГОРОВА-БЕРЕНДА

(підпис)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Прес-служба» складена відповідно до освітньо-професійної програми:

«Міжнародний туристичний бізнес»

підготовки магістра

за спеціальністю 292 «Туризм»

1. Опис навчальної дисципліни

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни «Прес-служба» є оволодіння знаннями, формування вмінь і навичок з концептуально-теоретичних та практичних основ діяльності прес-служби, проведення інформаційних кампаній та інформаційних операцій.

1.2. Основні завдання вивчення дисципліни є:

- формування наступних загальних компетентностей:

1. Діяти на засадах розуміння цивілізаційних гуманітарних цінностей та глобалізаційних процесів, пріоритетів національного розвитку.
2. Уміння працювати в міжнародному та вітчизняному професійному середовищі.
3. Уміння спілкуватися з експертами інших сфер діяльності по актуальних проблемах розвитку туризму і рекреації.
4. Дух підприємництва, креативність, бажання досягти успіху і самореалізовуватися.
5. Здатність до time-менеджменту.
6. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.
7. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

- формування наступних фахових компетентностей:

1. Розуміння специфічних питань та сучасних підходів і технологій управління персоналом підприємств туристичної індустрії.
2. Здатність застосовувати норми та положення дипломатичного протоколу та ділового етикету як засобу реалізації міжнародної діяльності.

- формування наступних м'яких навичок (soft skills):

1. лідерства;
2. гнучкості;
3. цілісності;
4. професіоналізму;
5. робочої етики тощо.

1.3. Кількість кредитів – 4.

1.4. Загальна кількість годин – 120.

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
1-й	1-й

Семестр	
2-й	2-й
Лекції	
16 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	
14 год.	-
Лабораторні заняття	
-	-
Самостійна робота	
90 год.	112
Індивідуальні завдання	
-	-

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійних програм студенти повинні досягти наступних результатів:

Здатність використовувати інформаційно-інноваційні методи і технології в сфері туризму.

Вільно володіти державною мовою і використовувати її в професійній діяльності.

Використовувати комунікативні навички і технології, ініціювати запровадження методів комунікативного менеджменту в практику діяльності суб'єктів туристичного бізнесу.

Демонструвати здатність саморозвиватися та самовдосконалюватися упродовж життя.

Розуміння протокольних аспектів проведення ділових та дипломатичних заходів, крос-культурних особливостей ділових та підприємницьких стосунків, знання технологій організації прес-служби та роботи із засобами масової інформації у бізнес структурах.

Обов'язковою складовою частиною навчального процесу є самостійне опрацювання відповідної наукової та спеціальної літератури. Передбачено самостійну роботу з підручниками, посібниками, словниками, навчальною та довідковою літературою.

2. Тематичний план навчальної дисципліни

Тема 1. Джерела інформації як основа і розвиток комунікаційного процесу

Основи роботи з інформаційними джерелами. Необхідні інструменти для виявлення дезінформації та джерел її походження. Характеристики якості інформації. Типи відеосюжетів, особливо актуальних для отримання інформації. Групи, за якими поділяються матеріали в друкованих ЗМІ.

Тема 2. Основні поняття про прес-службу. Законодавче підґрунтя роботи прес-служб

Завдання та принципи роботи прес-служб. Функції прес-служб.

“Закон України про інформацію”, „Про інформаційні агентства”. Закон України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади, місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»; Закон України «Про телебачення та радіомовлення»; Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»; Закон України «Про

соціальні послуги»; Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки»

Постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України, що стосуються інформаційної діяльності.

Тема 3. Основні види PR-текстів, що використовуються в роботі прес-служби

Поняття PR-текст. Основні документи в піарівській діяльності. Дві великі групи PR-документів: внутрішні і зовнішні. Види PR-текстів. Функції PR-текстів. Джерела PR-текстів: усні та письмові; первинні (службові документи) і вторинні (публікації в ЗМІ про базисному суб'єкта PR, в процесі моніторингу). Класифікація PR-текстів: за мірою їх "підготовленості" до публікації: базисні, суміжні. За жанрами: а) оперативно-новинні жанри (інформаційно-новинний); б) дослідно-новинні жанри; в) фактологічні жанри; г) дослідницькі жанри; д) образно-новинні жанри.

Тема 4. Робота прес-служб з критичними матеріалами ЗМІ

«Прес-служба» в ранніх державах Сходу та Європи епохи Античності (III тис. рр. до н.е. – III ст. н.е.). Здобутки «Прес-служби» епохи Середньовіччя та Відродження. Інформаційні війни XX - поч. XXI ст. Аналіз урядом усіх критичних матеріалів у ЗМІ. Аналіз впливу мас-медіа в умовах інформаційної війни. Феміністська критика ЗМІ

Тема 5. Особливі випадки роботи прес-служби

Прес-служба та її функції. Умови забезпечення успішної роботи прес-служби. Спростування повідомлення. Koreгування наданої інформації. Затримка інформації. Замовчування інформації про подію. Робота прес-служб при надзвичайних ситуаціях. Робота та функції прес-служб державних органів. Особливості роботи прес-служб державних органів. Робота прес-служб в комерційних структурах. Робота прес-служб у період виборів. Робота прес-служб в громадських організаціях. Прес-центри.

Тема 6. Підготовка і розміщення рекламних та PR-матеріалів

Функціонування рекламної та PR-агенції. Підвищення ефективності роботи рекламної та PR. Рекламна формула: механізми практичного застосування. Етика підготовки рекламних матеріалів для ЗМІ. Етика підготовки рекламних пропозицій для рекламодавців. Механізми розміщення рекламних матеріалів в ЗМІ.

Реклама та PR в Інтернеті. Аналіз українського і міжнародного Інтернет-простору. Технології просування діяльності рекламної та PR-агенції каналами Інтернету. Провідні рекламні та PR-ресурси Інтернету. Діяльність громадських організацій в галузі реклами та PR. Діяльність Української асоціації рекламистів, Української асоціації PR щодо популяризації діяльності рекламних та PR-агенцій. Міжнародні та українські фестивалі реклами та PR, роль рекламних та PR агенцій в їх проведенні.

Тема 7. Практика проведення прес-заходів

Змістове наповнення веб-сайту організації. Проведення прес-конференцій, брифінгів. Проведення презентацій, прес-турів, прийомів, коктейлів та прес-клубів. Прес-кліпінг. Основні заходи. Інтерв'ю, прес-тури, телемости.

Тема 8. Особливості роботи прес-служб та інформаційних агентств в Україні

Соціальні інформаційні комунікації і розвиток діяльності сучасних інформаційних центрів. Сучасні інформаційні центри в галузі медіа-аналітики. Досвід обробки, аналізу інформації, що циркулює в соціальних інформаційних комунікаціях і відображає

життєдіяльність різних суб'єктів українського суспільства. Виробництво нової багатоаспектної інформації за принципом «інформація на базі інформації». Переосмислення ролі сучасних інформаційних центрів, як важливої складової соціальних інформаційних комунікацій.

Досвід сучасних інформаційних центрів у галузі медіа-аналітики, які здебільшого орієнтовані на комерційні структури. Їх організаційно-технологічні, програмно-технологічні, інформаційно-технологічні, інтелектуальних підходів та методики роботи з масивами джерел інформації, що циркулює в соціальних інформаційних комунікаціях.

3. Структура навчальної дисципліни

Назви розділів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб.	інд.	с. р.		л	п	лаб.	інд.	с. р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Джерела інформації як основа і розвиток комунікаційного процесу	13	2	1			10	15	1				14
Тема 2. Основні поняття про прес-службу. Законодавче підґрунтя роботи прес-служб	16	2	2			12	15	1				14
Тема 3. Основні види PR-текстів, що використовуються в роботі прес-служби	13	2	1			10	15	1				14
Тема 4. Робота прес-служб з критичними матеріалами ЗМІ	14	2	2			10	15	1				14
Тема 5. Особливі випадки роботи прес-служби	16	2	2			12	15	1				14
Тема 6. Підготовка і розміщення рекламних та PR-матеріалів	16	2	2			12	15	1				14
Тема 7. Практика проведення прес-заходів	16	2	2			12	15	1				14
Тема 8. Особливості роботи прес-служб та інформаційних агентств в Україні	16	2	2			12	15	1				14
Усього годин	120	16	14			90	120	8				112

4. Теми семінарських занять

№№ з/п	Назва теми	К-сть годин
1.	Тема 1. Джерела інформації як основа і розвиток комунікаційного процесу. Тема 3. Основні види PR-текстів, що використовуються в роботі прес-служби	2
2.	Тема 2. Основні поняття про прес-службу. Законодавче підґрунтя роботи прес-служб	2
3.	Тема 4. Робота прес-служб з критичними матеріалами ЗМІ	2
4.	Тема 5. Особливі випадки роботи прес-служби	2
5.	Тема 6. Підготовка і розміщення рекламних та PR-матеріалів	2
6.	Тема 7. Практика проведення прес-заходів	2
7.	Тема 8. Особливості роботи прес-служб та інформаційних агентств в Україні	2
	Разом	14

Завдання для самостійної роботи

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	<p>Тема 1. Джерела інформації як основа і розвиток комунікаційного процесу</p> <ul style="list-style-type: none"> – Історія виникнення та розвитку прес-служб: вітчизняний та закордонний досвід. – Підготувати письмову доповідь/презентацію за однією з тем (на вибір): Інформаційне суспільство: поняття, сутність, основні ознаки; Причини виникнення та розвитку прес-служб у світовому інформаційному просторі; Прес-служби та зв'язки з громадськістю: особливості взаємодії; Прес-служби США: причини виникнення та основні етапи діяльності; Становлення та розвиток європейських прес-служб; Історія виникнення та еволюції прес-служб в Україні; Прес-служби у радянський період. 	10	14
2.	<p>Тема 2. Основні поняття про прес-службу. Законодавче підґрунтя роботи прес-служб</p> <ul style="list-style-type: none"> – Організаційна модель прес-служб органів державної влади та управління. – Принципи діяльності прес-служби органів державної влади та управління. – Особливості роботи прес-служби у державних органах влади. – Підготуватися до імпровізованої наради. – Укласти перелік питань до віртуального засідання прес-служби облдержадміністрації. – Скласти перелік заходів на тиждень (ви працюєте в районній раді). – підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань. 	12	14

3.	<p>Тема 3. Основні види PR-текстів, що використовуються в роботі прес-служби</p> <ul style="list-style-type: none"> – Н а п р я м и д і я л ь н о с т і прес-служб у структурі PR. – Організаційна модель інформаційної служби. – Принципи діяльності прес-служб (демократичність та транспарентність; законність та відповідальність; надійність та достовірність; оперативність та актуальність). – Функції прес-служб (інформаційно-роз'яснювальна, представницька, комунікативно-регулятивна, реагуювальна, упереджувальна). – Форми роботи прес-служб. – Підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань. 	10	14
4.	<p>Тема 4. Робота прес-служб з критичними матеріалами ЗМІ.</p> <ul style="list-style-type: none"> – ЗМІ як об'єкт діяльності прес-служби. – Особливості роботи прес-служби зі ЗМІ (друковані ЗМІ, он-лайн видання, радіо, телебачення). – Прес-конференція. – Правила проведення прес-конференції. – Прес-тур як інформаційний захід для ЗМІ. – Брифінг як коротка й максимально конструктивна зустріч офіційних осіб. – Підготуватися до проведення імprovізованого брифінгу – Укласти план та розробити структуру тематичної прес-конференції – Написати інформаційну статтю до обласної газети щодо діяльності державного органу влади – Створити рекламну публікацію щодо діяльності фірми – Створити рекламний буклет; – підготувати інформаційні повідомлення, презентації та виступи з вказаних питань. 	10	14
5.	<p>Тема 5. Особливі випадки роботи прес-служби</p> <p>Проаналізувати 10 порад («заповідей») для професійних прес-служб:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Завжди будьте на зв'язку (з розвитком інтернету Ви маєте бути доступні для журналістів постійно, хоча б по телефону); • Будьте «в темі» (слідкуйте за діями своїх колег в організації, щоб мати актуальну інформацію у випадку несподіваних дзвінків журналістів); • Хороші стосунки з журналістами та редакторами зроблять Вам хорошу послугу; • Будьте пунктуальні і чесні; • Давайте свободу пресі, але слідкуйте, щоб інформація доходила до читачів; • Моніторте ЗМІ та соцмережі; • Відповідайте на листи та дзвінки (навіть якщо не змогли дістати інформацію, яку просили журналісти — все одно передзвоніть і поясніть це); • Пишіть хороші матеріали самотужки і розсилайте їх усюди; • Робіть хороші прес-релізи; • Робіть фото самотужки і потім розсилайте їх разом з прес-релізом. 	12	14

	Скласти прес-анонс, прес-реліз та пост-реліз так, щоб журналісти захотіли їх використати у своїй роботі.		
	Тема 6. Підготовка і розміщення рекламних та PR-матеріалів - Громадські PR-організації України та їх кодекси. - Українська асоціація зі зв'язків з громадськістю (PR-Ліга). - Структурні особливості іміджевих, службових та корпоративних документів прес-служби. - Інформаційна продукція прес-служб: види, правила оформлення. - PR-тексти: класифікація, структура, жанри.	12	14
	Тема 7. Практика проведення прес-заходів - дослідити особливості проведення прес-заходів у різних регіонах та країнах світу (на вибір здобувачів вищої освіти)	12	14
	Тема 8. Особливості роботи прес-служб та інформаційних агентств в Україні – Організаційна модель сучасної інформаційної служби. – Форми роботи прес-служб. – Принципи діяльності прес-служб (демократичність та транспарентність, законність та відповідальність, надійність та достовірність, оперативність та актуальність). – Проаналізувати «Закон України про інформацію» (тезовий конспект). – Проаналізувати «Закон України про інформаційні агентства» (тезовий конспект). – Підготувати письмову доповідь (одна тема на вибір студента) за такими темами: «Сучасний розвиток світового комунікаційного простору»; «Демократичність та відкритість діяльності прес-служб»; «Роль урядових прес-служб в Україні». – Створити презентацію «Види структури прес-служб».	12	14
	Разом	90	112

8. Індивідуальні завдання

Не передбачені навчальним планом.

7. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни «Прес-служба» застосовуються наступні методи навчання:

- Організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:
 - словесні: бесіда, лекція;
 - наочні: ілюстрація, демонстрація;
 - практичні: завдання, навчальні задачі, реферати, доповіді тощо.
- Стимулювання й мотивації навчально-пізнавальної діяльності:
 - формування інтересу до навчання: пізнавальні кейси, навчальні «екскурсії», методи емоційного/ «оціночного» стимулювання тощо;
 - формування почуття обов'язку і відповідальності: методи навчальних заохочень, досягнень, навчальних вимог;

- організації і здійснення навчальних дій і операцій: перцептивні, словесні, наочні, аудіовізуальні, практичні;
 - логічні: індуктивні, аналогії;
 - гностичні: проблемно-пошуковий, репродуктивний (інструктаж, ілюстрація, пояснення, практичне тренування);
 - самоврядування навчальними діями: самостійна робота.
3. Контролю (самоконтролю, взаємоконтролю), корекції (самокорекції, взаємокорекції) за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: творчі, проблемно-пошукові.
4. Бінарні, інтегровані (універсальні):
- навчальна робота під керівництвом викладача (семінарські заняття): кейси, самостійні письмові роботи, ситуативні задачі тощо;
 - самостійна робота здобувачів поза контролем викладача – самостійна робота вдома/на семінарських заняттях, котра сприяє виробленню навичок самостійної пізнавальної діяльності.

8. Методи контролю

Засвоєння тем розділів (поточний контроль) здійснюється на семінарських заняттях відповідно до контрольних цілей. Основне завдання поточного контролю – перевірка рівня підготовки студентів до виконання конкретної роботи.

Поточний контроль і оцінювання результатів навчання передбачає виставлення оцінок за всіма формами проведення занять:

- контроль та оцінювання активності роботи студента під час лекційних і семінарських занять;
- контроль та оцінювання якості підготовки та розробки проектних завдань;
- контроль засвоєння теоретичного та практичного матеріалу;
- контроль та оцінювання вмінь вирішувати ситуаційні та евристичні задачі;
- контроль та оцінювання вмінь проводити дослідження та презентувати їх.

Семестровий підсумковий контроль проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеному даною програмою дисципліни.

Застосовуються такі методи контролю підготовки студентів:

- усні відповіді на семінарських заняттях;
- письмового експрес-контролю;
- колоквіум;
- тестові завдання;
- виконання творчих завдань;
- розв'язування ситуаційних задач;
- виконанням індивідуальної роботи (реферати, доповіді, інформаційні повідомлення, аналітичні огляди, підготовка мультимедійних презентацій, портфоліо здобувача вищої освіти, ведення щоденника тощо).

Оцінка успішності студента є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою з урахуванням оцінок засвоєння окремих розділів.

Упродовж семестру проводиться поточний контроль.

Критерії оцінювання поточного контролю:

- усні відповіді на семінарських заняттях – до 4 б.
- експрес-контроль – до 2 б.
- виконання творчих завдань – до 4 б.
- розв'язування ситуаційних задач – до 4 б.
- виконанням індивідуальної роботи (реферати, доповіді, інформаційні повідомлення, аналітичні огляди, підготовка мультимедійних презентацій тощо) – до 4 б.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин

Вміст залікового білета й оцінювання відповідей на іспиті:

Теоретичне питання 1– 10 балів

Теоретичне питання 2– 10 балів

Тестові питання – 20 балів (10 питань по 2 б. за кожну правильну відповідь)

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

1-2 питання білету:

10 балів – здобувач вищої освіти в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, грамотно, вільно та аргументовано його викладає, наводить визначення основних понять, глибоко та всебічно розкриває зміст поставленого питання, правильно інтерпретує основні принципи і положення, демонструє розуміння етапів розвитку прес-служби, виявляє знання основної і додаткової літератури з дисципліни;

7-9 балів – здобувач вищої освіти в достатньому обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно та грамотно його викладає, але подекуди недостатньо аргументовано, лише розкриває зміст поставленого питання, використовує лише обов'язкову літературу, демонструє тільки загальне розуміння суті дисципліни, значення прес-служби в міжнародній діяльності;

4-6 бали – здобувач вищої освіти загалом володіє навчальним матеріалом, але не демонструє цілісності засвоєних знань, відповідь має неузгоджений характер, присутні невідповідності у відповіді щодо основного понятійно-категоріального апарату дисципліни, а також граматичні помилки; відсутнє розуміння специфіки прес-служби в міжнародній взаємодії;

1-3 бали – здобувач вищої освіти володіє матеріалом фрагментарно та поверхнево, недостатньо розкриває зміст поставлених питань, демонструє непослідовне трактування етапів становлення та розвитку прес-служби, плутається в об'єкті та предметі дослідження, не володіє термінологією, не знає видатних персоналій, демонструє низьку грамотність.

УВАГА! У разі використання заборонених джерел під час складання заліку студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У кінці семестру сумуються всі отримані студентом бали. Вказані вище види і форми засвоєння навчального курсу дають можливість набрати 60 балів та 40 балів за залікову роботу. Отже, максимальна кількість балів – 100.

У разі настання / подовження дії **обставин непоборної сили** (в тому числі запровадження жорстких карантинних обмежень в умовах пандемії з заборонаю відвідування ЗВО) здобувачам вищої освіти денної форми навчання надається можливість скласти **залік дистанційно на платформі Moodle** в дистанційному курсі «Прес-служба».

9. Схема нарахування балів

Поточний контроль та самостійна робота								Разом	Залікова робота	Сума
Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8			
8	7	8	7	8	7	8	7	60	40	100

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка
	для дворівневої шкали оцінювання
1-49	незараховано
50-69	зараховано
70-89	
90-100	

10. Рекомендоване методичне забезпечення

Основна література

1. Бралатан В.П. Професійна етика / Бралатан В.П. Гуцаленко Л.В. Здирко Н.Г.. Навч.посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 252с.
2. Габро І. Особливості використання засобів та інструментів медіа-дипломатії в зовнішній політиці Великобританії та Німеччини. Міжнародні відносини. 2017. № 15. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3124
3. Інформація про діяльність Відділу преси, освіти і культури [Електронний ресурс] / Посольство Сполучених Штатів Америки, Київ, Україна. URL: <http://ukrainian.ukraine.usembassy.gov/>
4. Інформація про діяльність Відділу преси, освіти і культури [Електронний ресурс] / Посольство Сполучених Штатів Америки, Київ, Україна. URL: <http://ukrainian.ukraine.usembassy.gov/>
5. Кулеба Д. Публічна дипломатія – нова зброя України в умовах гібридної війни. Європейська правда. URL: <http://www.euointegration.com.ua/experts/2015/09/23/7038633>
6. Лі Річ. Міфи про PR. Київ, 2020.
7. Мачикова М. Розбудова іміджу силових відомств як інструмент публічної дипломатії. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. 2017. № 1 (21). С. 96–105.
8. Скуртул Г. Українські мережеві інформаційні агентства в умовах медіаконвергенції / Обрії друкарства. 2018. №1 (6). С. 201–208
9. De Callieres F. The Art of Diplomacy. New York; London, 1993.

Допоміжна література

1. Гжешук В. Міжнародний менеджмент в національному стилі спілкування країн світу / В. Гжешук // Молодь і ринок. 2014. № 5. С. 128–134. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2014_5_30.
2. Стельмахова Олександра. Піаритись не можна зупинитись. Київ, 2019.
3. Cull N. The Future Of American Cultural Diplomacy. University of South California. URL: <http://uscpublicdiplomacy.org/>
4. Kiehl W. (ed.). America's Dialogue with the World. Washington. DC: Public Diplomacy Council. 2006. URL: <http://www.nyu.edu/>
5. Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs [Електронний ресурс]. U.S. Department of State. Режим доступу: <http://www.state.gov/>
6. What is Public Diplomacy? The USC Center on Public Diplomacy. URL: <http://uscpublicdiplomacy.org/>

11. Посилання на інформаційні ресурси в Інтернеті, відеолекції, інше методичне забезпечення

1. Агентство електронної фотоінформації: <http://www.FotoMIG>
2. Агентство Інтернет-новин: <http://www.ain.com.ua>
3. Агентство „ЕЛВІСТІ”: <http://www.ElVisti.com>
4. Агентство „Майдан”: <http://maidan.org.ua>
5. Агентство Internet Новин: <http://ain.com.ua>
6. Інтерфакс-Україна: <https://interfax.com.ua>
7. Інформагентство К.І.І.С.: <http://www.kiss.kiev.ua>
8. Інформагенція „Expressinform”. <http://www.FotoUA> <http://www.ei.com.ua>
9. Інформаційна агенція “Укрінформ”: <http://www.ukrinform.net>
10. Інформаційне агентство „Обозреватель”: <http://www.obozrevatel.com.ua/ukr>
11. Інформаційне агентство „Інтерфакс – Україна”: <http://www.interfax.com.ua>

12. Інформаційне агентство „УНІАН”: <http://www.unian.net>
13. Інформаційне агентство “Інфосервіс”: <http://www.ifs.kiev.ua>
14. Інформаційне агентство BBC: <http://www.bbc.co.uk/ukrainian>
15. Незалежне інформаційно-аналітичне агенство “Ура”. <http://www.ura-inform.com>
16. РБК-Україна: www.rbc.ua
17. Регіональні Новини: <https://regionews.ua>
18. Українська Асоціація зі зв’язків з громадськістю: www.uapr.com.ua
19. Українські національні новини (УНН): www.unn.com.ua
20. Українські Новини: <https://ukranews.com>
21. Укрінформ: www.ukrinform.ua

12. Особливості навчання за денною формою в умовах подовження дії обставин непоборної сили

В умовах дії **обставин непоборної сили** освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/ розпоряджень ректора/ проректора або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборною відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Прес-служба».