

Рекомендована література

Основна

1. Баранов В. PR-авильный выбор. Стратегия и тактика муниципальных выборов / В. Баранов, С. Могильный. — Бердянск: Новый мир, 2004. — 407 с.
2. Бианки В. А. Убрать конкурента: PR-атака / В. А. Бианки, А. И. Серавин. — СПб.: Питер, 2007. — 240 с. — (Маркетинг для профессионалов).
3. Білоус В. С. Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз) в економічній діяльності: Навчальний посібник / В. С. Білоус. — К.: КНЕУ, 2005. — 275 с.
4. Боброва И. И. Черный PR? Белый GR! Цветной IR:): менеджмент информационной культуры / И. И. Боброва, В. А. Зимин. — М.: Вершина, 2006. — 464 с.
5. Варакута С. А. Связи с общественностью: Учебное пособие / С. А. Варакута, Ю. Н. Егоров. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 246 с.
6. Василенко А. Б. Пиар крупных российских корпораций / А. Б. Василенко. — М.: ГУ ВШЭ, 2002. — 304 с.
7. Вахрамеева Н. Ю. Політичні Інтернет-технології як сучасний засіб зв'язків із громадськістю [Електронний ресурс] / Н. Ю. Вахрамеева // Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць. — К.: ВІР УАН, 2010. — Режимдоступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_GumGileya/2010_36/Gileya36/P8_doc.pdf
8. Введение в руморологию: использование слухов на американских выборах / Сост. С. Василенко. — М.: Полиграфоцентр-плюс, 2004. — 304 с.
9. Владимирська Г. О. Реклама: Навчальний посібник/ Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. — К.: Кондор, 2006. — 334 с.
10. Гринберг Т. Э. Политические технологии: ПР и реклама: Учебное пособие / Т. Э. Гринберг. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 317 с.
11. Готлиб А. С. Введение в социологическое исследование. Качественный и количественный подходы. Методология. Исследовательские практики: учебное пособие / А. С. Готлиб. — М.: Флинта, 2005. — 736 с.

12. Демин Ю. М. Бизнес-PR / Ю. М. Демин. — М.: Бератор-Пресс, 2003. — 336 с.
13. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навчальний посібник / Т. Г. Діброва. — К.: ВД "Професіонал", 2009. — 320 с.
14. Джефкинс Ф. Паблік рилейшнз: Учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / Фрэнк Джефкинс, Дэниэл Ядин; Пер. с англ. под редакцией Б.Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — Режим доступа: <http://evartist.narod.ru/text10/29.htm>
15. Законодавчі та нормативні документи України у сфері інформації, видавничої та бібліотечної справи: тематична добірка. У 2-х ч. / Уклад. Т. Ю. Жигун. — К.: Кн. палата України, 2000. — Ч.2 : Правове регулювання у сфері видавничої та бібліотечної діяльності. — 2000. — 234 с.
16. Катлип С. Паблік рилейшенз: теория и практика / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум; Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. — 624 с.
17. Кашлев Ю. Б. Информация и PR в международных отношениях / Ю. Б. Кашлев, Э. А. Галумов. — М.: Известия, 2003. — 432 с.
18. Кондратьев С. В. Связи с общественностью: Учебное пособие / С. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. — М.: Академический Проект, 2004. — 432 с.
19. Королько В. Г. Основы паблік рилейшнз: Учебник / В. Г. Королько. — К.: Ваклер, 2003. — 528 с.
20. Королько В. Г. Паблік рілейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підручник / В. Г. Королько. — К.: ВД "Скарби", 2001. — 400 с.
21. Корню Д. Етика засобів масової інформації / Д. Корню. — К.: К.І.С., 2004. — 130 с.
22. Костина А. В. Основы рекламы: Учебное пособие / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. — М.: КНОРУС, 2006. — 352 с.

23. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посібник / О. Д. Кузнецова. — Львів: ПАІС, 2005. — 200 с.
24. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник / Т. І. Лук'янець. — К.: КНЕУ, 2004. — 524 с.
25. Лукашев А. В. Анатомия демократии, или Черный PR как институт гражданского общества / А. В. Лукашев, А. В. Пониделко. — СПб.: Бизнес-пресса, 2001. — 268 с.
26. Маркони Дж. PR: полное руководство / Джо Маркони. — М.: Вершина, 2006. — 256 с.
27. Марущак А. І. Інформаційне право України : підручник / А. І. Марущак. — К.: Дакор, 2011. — 456 с.
28. Медведчук М. М. Інтернет-ЗМІ як арена політичної боротьби під час виборчих кампаній в сучасній Україні [Електронний ресурс] / Микола Миколайович Медведчук. — Режим доступу: <http://intkonf.org/medvedchuk-mm-internet-zmi-yak-arena-politichnoyi-borotbi-pid-chas-viborchih-kampaniy-v-suchasniy-ukrayini/>
29. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз — средство социальной коммуникации / В. А. Моисеев. — К.: Дакор, 2002. — 506 с.
30. Назайкин А. Н. Как манипулировать журналистами: практическое пособие / А. Н. Назайкин. — М.: Дело, 2004. — 240 с.
31. Назайкин А. Н. Медиапланирование на 100%: монография / А. Н. Назайкин. — М.: Бизнес Букс Альпина, 2005. — 301 с.
32. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований/ М.М. Назаров. — М.: Едиториал УРСС, 2003. — 240 с.
33. Оливер С. Стратегия в паблик рилейшнз / Сандра Оливер. — СПб.: Издательский дом "Нева", 2003. — 160 с.
34. Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг [Електронний ресурс] / А. С. Ольшевский. — СПб: Издательский дом «Питер», 2003. — Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/text4/20.htm>

35. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / Под ред. М. А. Васи-лика. — М.: Гардарики, 2003. — 615 с.
36. Пасмуров А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Я. Пасмуров. — СПб.: Питер, 2006. — 272 с.
37. Плошин В. Ю. Теория и практика массовой информации: учебное пособие / В. Ю. Плошин. — СПб.: Знание, 2005. — 168 с.
38. Полтораки В. А. Социологические пиар-технологии в политике: средства манипуляции или инструмент политического воздействия [Электронный ре-сурс] / В. Полтораки, О. Петров // Интернет сайт "Центр соціологічних та політичних досліджень "Соціополіс". — 2009. — Режим доступу: <http://www.spr.org.ua/arbejder.htm>
39. Пономарев Н. Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты: учебное пособие / Н. Ф. Пономарев. — СПб.: Питер, 2008. — 208 с.
40. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. — К.: Ваклер, 2002. — 352 с.
41. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник / Г. Г. Почепцов. — К.: Знання, 2000. — 506 с.
42. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник / Г. Г. Почепцов. — К.: Знання, 2004. — 373 с.
43. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз для професіоналов / Г. Г. Почепцов. — К.: Ваклер, 2003. — 624 с.
44. Психология менеджмента / Под ред. Г. С. Никифорова. — Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2002. — 556 с.
45. Ротовский А. А. Системный PR / А. А. Ротовский. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. — 256 с.
46. Садохин А. П. Межкультурная коммуникация: Учебное пособие / А. П. Садохин. — М.: Альфа-М; М.: ИНФРА-М, 2004. — 288 с.
47. Самое главное в PR / У. Аги, Г. Кэмерон, Д. Уилкоккс. — СПб.: Питер, 2004. — 560 с.

48. Самые успешные PR-кампании в мировой практике [Электронный ресурс] / Пер. с англ. — М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт», ИНФРА-М, 2002. — <http://www.evartist.narod.ru/text3/9.htm>
49. Сиссорс Дж. Рекламное медиа-планирование / Дж. Сиссорс, Р. Бэрон. — СПб.: Питер, 2004. — 416 с.
50. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник / І. Ю. Слісаренко. — К.: МАУП, 2001. — 104 с.
51. Сучасний виборчий PR: навчальний посібник / За ред. В. В. Лісничого. — К.: ВД "Професіонал", 2004. — 384 с.
52. Сэмпсон Э. Бизнес-презентация: Творческие идеи для блестящего выступления / Э. Сэмпсон. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 202 с.
53. Терещук В. І. Електронний PR: навчально-методичний комплекс дисциплін для студентів напряму підготовки "Міжнародна інформація" денної та заочної форми навчання / В. І. Терещук, М. І. Терещук. — К.: Університет економіки та права "КРОК", 2011. — 33 с.
54. Тихомирова Є. Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі / Є. Б. Тихомирова. — К.: Науково-видавничий центр "Наша наука і культура", 2006. — 489 с.
55. Уилкоккс Д. Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ / Д. Л. Уилкоккс. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 761 с.
56. Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании: Лучшее практическое руководство по планированию, исследованиям и оценке связей с общественностью / Том Уотсон. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. — 272 с.
57. Уэллс У. Реклама: принципы и практика: монография / У. Уэллс; Под ред. С. Г. Божука. — СПб.: Питер, 2001. — 800 с.
58. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. — К.: Грамота, 2010. — 568 с.

59. Чумиков А. Н. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие / А. Н. Чумиков. — М.: Дело, 2006. — 552 с.
60. Шарков Ф. И. Интегрированные PR-коммуникации (связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций) / Ф. И. Шарков. — М.: РИП-холдинг, 2004. — 272 с.
61. Шарков Ф. И. Современные маркетинговые коммуникации: Словарь-справочник / Ф. И. Шарков. — М.: Альфа-пресс, 2006. — 352 с.
62. Шаян Л. П. PRo суспільні комунікації / Л. П. Шаян. — К.: ТОВ "Група компаній "Динаміка", 2008. — 180 с.
63. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе социального управления / М. А. Шишкина. — СПб.: Паллада-медиа, 2002. — 444 с.
64. Шевченко О. В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України): монографія / О. В. Шевченко. — К.: Відділ оперативної поліграфії Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Т. Шевченка, 2003. — 187 с.
65. Шишкин Д. П. PR-кампании: методология и технология: Учеб. пособие / Д. П. Шишкин, Д. П. Гавра, С. Л. Бровко. — СПб.: Роза мира, 2004. — Режим доступа: <http://www.evartist.narod.ru/text19/139.htm>
66. Шомели Ж. Связи с общественностью. 9-е изд. [Електронний ресурс] / Ж. Шомели, Д. Уисман; Пер. с франц. под ред. Г. Е. Алпатова. — СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. — Режим доступа: <http://media.utmn.ru/library.php?book=841>
67. PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. — К.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-Контакт"; М.: ИНФРА-М, 2002. — 493 с.

Допоміжна

68. Амант К. Ділові комунікації: брошура / Кірк Ст. Амант; Консорціум із удосконалення бізнес-освіти в Україні. — К., 2001. — 70 с.
69. Аналітика, експертиза, прогнозування: монографія / Є. А. Макаренко, М. М. Рижков, М. А. Ожеван. — К.: Наша культура і наука, 2003. — 614 с.

70. Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. — М.: РИП-холдинг, 2004. — 174 с.
71. Блайд Дж. Маркетинговые коммуникации: Что? Как? И почему? / Дж. Блайд. — Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004. — 368 с.
72. Брекенридж Д. PR 2.0: Новые Медиа, Новые Аудитории, Новые Инструменты / Дейдра Брекенридж. — М.: Эксмо, 2010. — 272 с.
73. Вылегжанин Д. А. Теория и практика паблик рилейшнз/ Д. А. Вылегжанин. — М.: Изд-во Флинта, МПСИ, 2008. — 376 с.
74. Грушевицкая Т. Г. Основы межкультурной коммуникации: Учебник / Т. Г. Грушевицкая; Под ред. А. П. Садохина. — М.: ЮНИТИ, 2002. — 352 с.
75. Гундарин М. В. Книга руководителя отдела PR / М. В. Гундарин. — СПб.: Питер, 2006. — 368 с.
76. Ильинский С. В. Общественные связи. Реклама. Маркетинг. Нейролингвистическое программирование. Оперативный словарь-справочник/ С.В. Ильинский. — М.: АСТ, Восток-Запад, 2006. — 480 с.
77. Коль А. Експрес-курс: Робота з мас-медіа / За заг. ред. В. Ф. Іванова. — К.: Академія української преси, ЦВП, 2005. — 69 с.
78. Кондратьев С. В. Связи с общественностью: Учебное пособие / С. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов. — М.: Академический Проект, 2004. — 432 с.
79. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии /Т. Лебедева. — М.: Изд-во: МГУ, 2007. — 224 с.
80. Липман У. Общественное мнение / Уолтер Липман; Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; ред. пер. К. Левинсон, К. Петренко — М.: ИФ Общественное мнение, 2004. — 384 с.
81. Лэйхифф Д. М. Бизнес-коммуникации: Стратегии и навыки / Д. М. Лэйхифф, Дж. М. Пенроуз. — СПб.: Питер, 2001. — 688 с.
82. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. — М.: Канон-пресс-Ц, 2003. — 464 с.

83. Маркетинг PR и рекламы / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенков, В. В. Синяев. — М.: Изд-во «Юнити-Дана», 2011. — 496 с.
84. Марлоу Ю. Пиар в электронных СМИ / Юджин Марлоу при участии Дженис Сайлео; Пер. с англ. Н. В. Кияченко. — М.: Мир : НАТ (Нац. ассоц. телерадиовещателей), 2002. — 235 с.
85. Политические коммуникации: учеб. пособ. для студ. вузов / Петрунин Ю.Ю. [и др.]; под ред. А. И. Соловьева. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 332 с.
86. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: Навчальний посібник / Т. О. Примак. — К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. — 280 с.
87. Психология делового общения: Хрестоматия / Ред.-сост. Д. Я. Райгородский. — Самара: ИД "Бахрах-М", 2006. — 784 с.
88. Разроев Э. Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг/ Э. Разроев. — СПб.: Профессия, 2003. — 352 с.
89. Рот Ю. Межкультурная коммуникация: Теория и тренинг: учебно-методическое пособие/ Ю. Рот. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. — 223 с.
90. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособ. / А. В. Соколов, — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 461 с.
91. Спивак В. А. Современные бизнес-коммуникации: Стандартные положения об отделах. Формы переписки. Делопроизводство / В. А. Спивак. — СПб.: Питер, 2002. — 448 с.
92. Стюарт Ю. PR или умение «раскручивать». Социальная история паблик рилейшнз / Ю. Стюарт. — М.: Изд-во АНО «Редакция Ежедневной газеты», 2009. — 480 с.
93. Терещук В. І. Використання Інтернет-технологій під час президентських виборів 2004 року / Віталій Терещук // Політичний менеджмент. — 2009. — № 5. — С. 96–108.
94. Трухачов О. Принцип зворотного зв'язку в українській політичній комунікації / Олександр Трухачов // Політичний менеджмент. — 2007. — № 5 (26). — С. 69–76.

95. Трухачов О. Політична журналістика» і «політичний PR»: точки дотику та розбіжності в політичній комунікації / Олександр Трухачов //Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку: Зб. наук. пр./ МОН України. Черкаський нац., ун-т ім. Б. Хмельницького, 2007 р. — С . 284-287.
96. Уиллер А. Индивидуальность бренда. Руководство по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / А. Уиллер. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 235 с.
97. Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшенз, брендинг / Ф. И. Шарков. — М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2011. — 324 с.
98. Яковлев И. П. Ключи к общению. Основы теории коммуникации: учеб. пособие / И. П. Яковлев. — СПб.: Авалон , 2006. — 240 с.