

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. О. СУХОМЛИНСЬКОГО
Кафедра загальної та прикладної лінгвістики**



**ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ТЕХНОЛОГІЇ МАС-МЕДІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
(PR-ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЇ)**

Ступінь бакалавра
Спеціальність 035.10 Філологія. Прикладна лінгвістика
Освітня програма «Прикладна лінгвістика»

Миколаїв – 2020

Програму розроблено та внесено: Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: Коч Наталія Володимирівна, професор кафедри загальної та прикладної лінгвістики, доктор філологічних наук, професор.

РЕЦЕНЗЕНТ: доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри української мови Кам'янець-Подільського національного університету імені І. Огієнка Л.М.Марчук.

Програму схвалено на засіданні кафедри загальної та прикладної лінгвістики
Протокол від «28» серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри загальної та прикладної лінгвістики _____(Коч Н. В.)

Програму погоджено навчально-методичною комісією філологічного факультету
Протокол від «28» серпня 2020 року № 1

Голова навчально-методичної комісії _____ (Мороз Т. О.)

Програму погоджено навчально-методичною комісією університету №11

Голова навчально-методичної комісії університету _____(Кузнецова О. А.)

Анотація

Навчальна дисципліна «Технології масмедійної комунікації (PR-технології в системі комунікації» належить до циклу дисциплін гуманітарної підготовки за вибором. Мета вивчення дисципліни – засвоєння знань про закони і правила налагодження комунікативних контактів між особою (організацією) і громадськістю. У результаті вивчення дисципліни студенти повинні знати історичні етапи становлення PR; закономірності формування позитивного образу організації; принципи діяльності PR-менеджера; основні положення законодавчого регулювання в галузі зв'язків із громадськістю. Після прослуховування лекційного матеріалу та виконання практичних завдань курсу студенти повинні вміти застосовувати набуті знання на практиці, організовувати діяльність PR-організації, вміти створювати позитивний імідж організації тощо.

Ключові слова: комунікація, PR-технології, PR-текст, види PR, політичний піар, самопіар, паблісіті.

Course Annotation

The course "Technologies of mass media communication" (PR-technologies in the communication system)" belongs to the cycle of disciplines of elective humanities training. It is aimed at the acquisition of knowledge about the laws and rules of establishing communicative contacts between the person (organization) and the public.

As a result of studying the discipline, students should know the historical stages of PR formation; the patterns of the organization's positive image formation; the principles of PR-manager activity; the basic provisions of legal regulation in the field of public relations. After studying the lecture material and performing the practical tasks of the course, students must be able to apply the acquired knowledge in practice, organize the activities of the PR-organization, be able to create a positive image of the organization and so on.

Key words: communication, PR-technologies, PR-text, types of PR, political PR, self-PR, publicity.

ВСТУП

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «Технології масмедійної комунікації (PR-технології в системі комунікації» складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів спеціальності 035 Філологія. 035.10 Прикладна лінгвістика.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є паблік рилейшнз та принципи PR-діяльності.

Міждисциплінарні зв'язки: лінгвофілософія, етнологія, соціолінгвістика, когнітивна лінгвістика та лінгвоконцептологія, лінгвокультурологія

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. Мета: ознайомлення з основами паблік рилейшнз, суттю та принципами PR-діяльності, особливістю та засобами роботи PR-спеціалістів з громадськістю, з журналістами тощо.

1.2. Основними **завданнями** вивчення дисципліни є: навчити створювати інформаційні банки даних та працювати з ними; готувати PR-тексти, складати пресрелізи, писати фактлисти; формувати інформаційні запити тощо.

Програмні результати навчання:

ПРН-1 Оцінює власну навчальну та науково-професійну діяльність, буде і втілює ефективну стратегію саморозвитку та професійного самовдосконалення.

ПРН-2 Демонструє належний рівень володіння державною та іноземною мовами для реалізації письмової та усної комунікації, зокрема в ситуаціях професійного й наукового спілкування; презентує результати своїх досліджень державною та іноземною мовами.

ПРН-3 Застосовує сучасні методики і технології, зокрема інформаційні, для успішного й ефективного здійснення професійної діяльності та забезпечення якості наукового дослідження в конкретній філологічній галузі.

ПРН-4 Цінує різноманіття та мультикультурність світу й керується у своїй діяльності сучасними принципами толерантності, діалогу та співробітництва.

ПРН-9 Характеризує теоретичні та практичні аспекти конкретної філологічної галузі; демонструє поглиблені знання з обраної філологічної спеціалізації.

ПРН-17 Володіє всіма видами мовленнєвої діяльності (на базі достатнього обсягу лінгвістичних знань).

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студент оволодіває такими компетентностями:

I. Загальнопредметні:

ЗК 2. Здатність бути критичним і самокритичним.

ЗК 3. Здатність до пошуку, опрацювання та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 4. Уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 5. Здатність працювати в команді та автономно.

ЗК 11. Здатність проведення досліджень на належному рівні.

II. Фахові:

ФК 1. Здатність вільно орієнтуватися в різних лінгвістичних напрямах і школах.

ФК 4. Здатність здійснювати науковий аналіз структурування мовного/мовленнєвого й літературного матеріалу з урахуванням класичних і новітніх методологічних принципів.

ФК 5. Усвідомлення методологічного, організаційного та правового підґрунтя, необхідного для досліджень та/або інноваційних розробок у галузі філології, презентації їх результатів професійній спільноті та захисту інтелектуальної власності на результати досліджень та інновацій.

ФК 6. Здатність застосовувати поглиблені знання з обраної філологічної спеціалізації для вирішення професійних завдань.

ФК 7. Здатність вільно користуватися спеціальною термінологією в обраній галузі філологічних досліджень.

ФК 9. Володіння уміннями та навичками здійснювати мовленнєву діяльність, зумовлену комунікативною метою та будувати рекламну кампанію. Здатність

типологізувати основні канали та форми здійснення зв'язків із громадськістю, створювати різні за сутєстю PR-тексти.

2. Інформаційний обсягнавчальної дисципліни

Тема 1. Паблік рілейшнз: поняття, принципи та завдання технології. Специфіка PR у системі сучасних комунікативних технологій (PR і пропаганда, PR і реклама, PR та іміджелогія). PR як сфера професійної діяльності в давньому та сучасному суспільстві. Види паблік рілейшнз.

Тема 2. Міфологізація дійсності як маніпулятивний прийом. Політичні міфи та політичний піар. Роль піару в виборчих кампаніях. Політичний менеджмент. Формування політичного дискурсу засобами паблік рілейшнз.

Тема 3. Мовні засоби реалізації завдань паблік рілейшнз. Поняття піар-тексту та його види (публічний виступ, рекламний текст, прес-реліз, піар-звернення тощо). Мовні прийоми створення ефективного піар-тексту. Засоби НЛП в PR-кампанії

Тема 4. Корпусні технології у дослідженні політичних текстів. Дискурс-аналіз, контент-аналіз, структурний мережевий аналіз, семантичний аналіз хештегів та інші методи у вивченні піар-текстів.

3. Рекомендована література

Базова:

1. Аги У., Кэмэрон Г. Самое главное в PR; пер. с англ. СПб. : Питер, 2004. 560 с.
2. Алешина И. В. Паблик рилейшнз для менеджеров и маркетеров. М. : ГНОМ-ПРЕСС, 1997. 256 с.
3. Англо-русский словарь рекламных терминов /сост. И. Седельников. М. : Внешторгреклама, 1994. 290 с. (АРС 1994).
4. Антипов К. В. Паблик рилейшнз : учеб. пособ. 3-е изд., перераб. и доп. М. : ИД «Дашков и К», 2002. 145 с.*
5. Антипов К. В. Паблик рилейшнз : Учебн. пособ. М. : Рефл-бук, 2000. 528 с.
6. Бианки В. А. Серавин А. И. Убрать конкурента: PR-атака. СПб. : Питер, 2007. 240 с.
7. Блажнов Е. А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений. М. : ИМА-Прес, 1994. 158 с.
8. Блэк С. PR: международная практика. М. : Издательский дом «Довгань», 1997. 180 с.
9. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. 317 с.*
10. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? М. : Новости, 1989. 240 с.*
11. Борисов Б. Л. Реклама и паблик рилейшнз. Алхимия власти. М. : РИП-холдинг, 1998. 138 с.
12. Борисов Б. Л. Технологии рекламы и PR : учеб. пособ. М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001. 618 с.*
13. Буари Ф. А. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия. М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт» ; ИНФРА-М, 2001. 178 с.*
14. Булгари М. Азбука рекламы, паблисити и паблик рилейшнз: учебная программа. СПб. : АТА «Болгар», 1998.
15. Варакута С. А. Связи с общественностью : учеб. пособ. М. : Инфра, 2001. 244 с.
16. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и public relations. СПб. : Изд-во ТОО «ТРИЗ-ШАНС», 1995. 228 с.*
17. Мойсеев В. А. Паблік рілейшнз : навч. посіб. К. : Академвидав, 2007. 224 с.*
18. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації. 2-ге вид. доп. К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. 308 с.
19. Почепцов Г. Г. Паблік рілейшнз, или как успешно управлять общественным мнением М. : Центр, 1998. 352 с.*

20. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. К. : Знання, КОО, 2000. 506 с.*

Допоміжна:

1. Амелин В. Н. Выборы – институт свободы или институт подавления. *Избирательные технологии или избирательное искусство*. М. : Российская политическая энциклопедия, 2001. С. 25–37.
2. Баранов А. Н. Политическая метафорика публицистического текста: возможности лингвистического мониторинга // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. М., 2003.
3. Баранов А. Н. Метафоры в политическом дискурсе: языковые маркеры кризисности политической ситуации // *Sprachwandel in der Slavia. Teil 1. Frankfurt am Mein*, 2000.
4. Баранов А. Н. Метафорические модели как дискурсивные практики. *Известия АН. Сер. литературы и языка*. 2004. Т. 63. № 1.
5. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 360 с.
6. Баранов А. Н. Языковые игры времен перестройки (Феномен политического лозунга) // Русистика. 1993. № 2.
7. Бацевич Ф. С. Посткомуністичний тоталітарний дискурс в Україні (про один тип політичних текстів). *Динамізм соціальних процесів в постсоветському обществі: Матеріали міжнародного семінара*. Вип. II. Часть I. Луганск – Цюрих – Женева, 2001. С. 75–85.
8. Бацевич Ф. С. Тоталітарний політичний дискурс: когнітивно-риторичні та комунікативно-мовні ознаки. *Вісник Черкаського університету. Сер. Філологічні науки*. Вип. 24. Черкаси, 2001. С. 110–113.
9. Березкина О. П. Как стать депутатом или продать себя на политическом рынке: Тайны ремесла. Практические рекомендации. Тренинг СПб. : Издательство Буковского, 1997. 160 с.
10. Бессарабова Н. Д. Метафорические сочетания в общественно-публицистическом стиле русского литературного языка. // Филологические науки. 1979. № 1.
11. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. М.: Прогресс, 1987. С. 88–125.
12. Блэк М. Метафора // Теория метафоры: Сб. / Вступит. ст. и сост. Н. Д. Арутюновой; Общ. ред Н. Д. Арутюновой и М. А. Журинской. М.: Прогресс, 1990. С. 153–173.
13. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання : навч. посіб. К. : Академвидав, 2010. 432 с.*
14. Борискина О. О., Шилихина К.. М. Корпусные исследования политического дискурса в лингвистике. *Политическая наука*. 2017. № 2. С. 30–37.
15. Браун Дж. Техніка впливу: від пропаганди до промивання мозків // Паблік рилейшнз : хрестоматія. К. : Знання, 2000. С. 445—447.*
16. Будаев Э. В. Зарубежная политическая лингвистика: Учеб. пособие. М.: Флинта, 2008. 351 с.
17. Будаев Э. В. Метафора в политическом интердискурсе. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2006. 214 с.
18. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Риторическое направление в исследовании политической метафоры. *Respectus Philologicus*. 2006. № 9(14).
19. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2006.

20. Бурдье П. Структура, габитус, практика // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. I. 1998. № 2.
21. Вежбицка А. Антитоталитарный язык в Польше // Вопросы языкоznания. 1994. № 4.
22. Вежбицка А. Антитоталитарный язык в Польше // Вопросы языкоznания. 1994. № 4.
23. Владимирська Г. О. Реклама : навч. посіб. К. : Кондор, 2009. 334 с.
24. Вовк В. Н. Языковая метафора в художественной речи: Природа вторичной номинации. К.: Наукова думка, 1986. 140 с.
25. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волг. гос. пед. ун-т. Волгоград, 1997.
26. Волков О. Г. Прагматика політичного тексту: автореф. дис. ... канд.. філос. наук: 09.00.03 Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського. Сімферополь, 2002. 20 с.
27. Вольфсон И. В. Язык политики. Политика языка. Саратов: Сарат. гос. ун-т, 2003. с.
28. Вуйма А. Лоббирование. Как добиться от власти нужных решений СПб.: Питер, 2008. 384 с.
29. Вуйма А. Ю. Черный PR. Защита и нападение в бизнесе и не только СПб. : БХВ-Петербург, 2005. 256 с.*
30. Гаврилова М. В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике / М. В. Гаврилова. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2003.
31. Гаджиев К. С. Политическая наука: Пособие для преподавателей, аспирантов и студентов гуманитарных факультетов. М.: Сорос Международ. отношения, 1994. 400 с.
32. Гогун А. Черный PR Адольфа Гитлера : Документы и материалы М. : Эксмо, Язуа, 2004. 416 с.
33. Гозман Л. Я. Политическая психология Ростов-на-Дону : Феникс, 1996. 446 с.
34. Городенко Л. Політична реклама як засіб впливу (ЗМІ в період виборів'98) // Нові тенденції розвитку ЗМІ в посттоталітарний період. Київ : Центр вільної преси, 1999. С. 83–87.
35. Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития М.: Прометей, 2004. 328 с.
36. Грин Э. Креативность и паблик рилейшнз; пер. с англ. А. Н. Андреевой. 2-е изд. СПб. : Нева, 2004. 256 с.
37. Гринберг Т. Э. Политическая реклама: портрет лидера. Москва : РИП-Холдинг, 1998. 94 с.
38. Гринчак Н. А. Вплив паблік рилейшнз на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Міжнародні відносини в умовах ХХІ ст.: сучасна теорія та практика*: зб. матеріалів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 2013. С. 203–205.
39. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети. М. : «Вершина», 2008. 136 с.
40. Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
41. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии. *Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования*. М., 2002. № 3. С. 32–43.
42. Документи та матеріали з історії міжнародних відносин періоду холодної війни : навчальне видання [укл. : О. Сич, А. Мінаєв]. Чернівці : Рута, 2008. 48 с.
43. Доти Д. Паблісити и паблик рилейшнз. М. : Информационно-издательский дом «Филинъ», 1996. 288 с.
44. Дридзе Т. М. Язык и социальная психология. М.: Высшая школа, 1980. 224 с.

45. Загнітко А. Сучасний політичний газетний дискурс: риторика і синтаксис. *Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка*. Т. 16. Донецьк: Східний видавничий дім, 2007. – С. 5.
46. Зильберт Б. А. Социолингвистическое исследование текстов, радио, телевидения, газеты. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1986. 356 с.
47. Ильин М. В. Политический дискурс как предмет анализа. *Политическая наука*. 2002. № 3. С. 7–19.
48. Ильин М. В. Слова и смыслы: опыт описания ключевых политических понятий. М. : РОССПЭН, 1997. 234 с.
49. Иссерс О. С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу. *Вестник Омского университета*. Вып. 1. Омск, 1996. С. 71–74.
50. Катліп С. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. 624 с.
51. Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М.: Прогресс, 2002. –416 с.
52. Клемперер В. LTI. Язык Третьего рейха: Записная книжка филолога. М. Прогресс-Традиция, 1998. 384 с.
53. Климанська Л. Д. Соціально-комунікативні технології у політиці : монографія. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2007. 332 с.
54. Клименко І. Теоретичні засади лінгвістичного аналізу політичного дискурсу. *Лінгвістичні студії: Збірник наукових праць Української преси*. Вип. 19. 2009. С. 182–186.
55. Климова И. И. Дискурс и его источники: Учебное пособие. М. : Диалог-МГУ, 2000. 46 с.
56. Ковалевська Т. Ю., Кондратенко Н. В., Кутуза Н. В. Реклама та PR у масовоїнформаційному просторі : монографія. Одеса : Астропrint, 2009. 397 с.
57. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. К. : Інститут соціології НАН України, 1997. 334 с.
58. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. 3-е изд., испр. и доп. СПб.: Златоуст, 1999. 320 с.
59. Лакофф Д. Метафоры, которыми мы живем *Теория метафоры*. М.: Прогресс, 1990. С. 387–416.
60. Лассан Э. Р. Дискурс власти и инакомыслия в СССР: когнитивно-риторический анализ. Вильнюс: Изд-во Вильн. ун-та, 1995. 232 с.
61. Лебедева Т. Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. Концепции. Практика М. : Изд-во МГУ, 1996. 134 с.*
62. Лебедева Т. Ю. Путь к власти. Франция: выборы президента. М. : МГУ, 1995. 123 с.
63. Лебон Г. Психология народов и масс. СПб. : Макет, 1995. 316 с.
64. Лобода Ю. А. Відтворення експресивних засобів політичних промов українською мовою (на матеріалі публічних виступів політиків Великої Британії та США): автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К., 2011. 19 с.
65. Лукашев А. В. «Чёрный PR» как способ овладения властью, или Бомба для имиджмейкера. СПб. : Бизнес-Пресса, 1999. 176 с.
66. Лукашев А. В. Анатомия демократии, или Чёрный PR как институт гражданского общества. СПб. : Бизнес-Пресса, 2001. 268 с.
67. Музалевский М. Е. PR-проект: от проблемы к результату. Саратов : Научная книга, 2003. 96 с.
68. Музыкант В. Л. Теория и практика современной рекламы. Часть I : Эффективные рекламные технологии. Паблик рилейшнз. Промоушн. Маркетинг. М. : Евразийский регион, 1998. 400 с.*

69. Музыкант В. Л. Теория и практика современной рекламы. Часть II : Политическая реклама. Политический маркетинг. Управление рекламной кампанией. М. : Евразийский регион, 1998. 328 с.
70. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике : учеб. пособ. М. : Армада-Пресс, 2001. 686 с.
71. Муртазина Г. Х. Этика связей с общественностью и культура управления : учеб. пособ. СПб. : СПбГИЭУ, 2005.
72. Мухаряров Н. М. Политическая лингвистика как научная дисциплина *Политическая наука*. 2002. № 3. С. 44–59.
73. Невзлин Л. Б. Паблик рилейшнз – кому это нужно?: Основы учебного курса. М. : Экономика, 1993. 222 с.
74. Ньюсон Д., Тёрк Дж., Крукеберг Д. Всё о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. М. : Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт» ; ИНФРА-М, 2001. 628 с.
75. Одайник В. Психология политики. Политические и социальные идеи Карла Густава Юнга. СПб. : Ювента, 1996. 384 с.
76. Олкер Х. Р. Волшебные сказки, трагедии и способы изложения мировой истории. *Язык и моделирование социального взаимодействия*. М., 1987. С. 408–440.
77. Ольшевский А. С. Антикризисный PR и консалтинг. СПб. : Питер, 2003. 432 с.
78. Ольшевский А. С. Негативные PR-технологии. СПб. : Питер, 2004. 336 с.
79. Паршин П. Б. Контент-анализ. Энциклопедия «Кругосвет» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.krugosvet.ru/articles/92/1009214/1009>.
80. Пашкевич М. Ю. Видовищні форми паблік рилейшнз в сучасній українській культурі : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. К., 2011. 20 с.
81. Поплавський М. М. Азбука Паблік рілейшнз. К. : Дельта, 2007. 288 с.
82. Почепцов Г. Великий похід маргіналів у Президенти // ПІК: Політика і культура. 1999. № 19. С. 10—11.
83. Почепцов Г. Йшов дощ і 15 кандидатів у Президенти // ПІК: Політика і культура. 1999. № 24. С. 4—6.
84. Почепцов Г. Інформаційна політика. К. : Знання, 2008. 663 с.
85. Почепцов Г. Інформація – як дишло: куди повернеш, туди і вийшло // ПІК: Політика і культура. 1999. № 17. С. 14—15.
86. Почепцов Г. Как становятся президентами: Избирательные технологии XX века. К. : Знання, 1999. 380 с.
87. Почепцов Г. Контроль над разумом. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 352 с.
88. Почепцов Г. Три хвилі президентських перегонів // ПІК: Політика і культура. 1999. № 5. С. 15.
89. Почепцов Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов. К. : АДЕФ-Украина, 1997. 328 с.
90. Почепцов Г. Г. Информационные войны. М.; К.: Ваклер: Рефлбук, 2000. 576 с.
91. Почепцов Г. Г. Олвейси проти кандидатів // ПІК: Політика і культура. 1999. № 29. С. 9-10.
92. Почепцов Г. Г. Паблик рілейшнз для професионалов. М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 1999. 624 с.*
93. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда. М. : Центр, 2004. 452 с.
94. Почепцов Г. Г. Теория и практика коммуникации (от речей президентов до переговоров с террористами) М.: Центр, 1998. 352 с.
95. Почепцов Г. Г. Тоталитарный человек: очерки тоталитарного символизма и мифологии. К.: Глобус, 1994. с.
96. Примак Т. О. Пропаганда. Паблік рілейшнз: єдність і різниця // Маркетинг в Україні. 2000. № 4. С.94-85.

97. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. М. : Наука, 1990. 341 с.
98. Романов А. А. Политическая лингвистика. Функциональный подход. М.; Тверь: ИЯ РАН, 2002. 191 с.
99. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоїнформаційного дискурсу) : дис. ... докт. фіол. наук : 10.01.08 / К., 2003. 430 с.
100. Серио П. Русский язык и советский политический дискурс: анализ номинаций // Квадратура смысла. М.: Прогресс, 2002. 416 с.
101. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : учебник. М. : ЮНИТИ 1998. 287 с.
102. Скуленко М. И. Журналистика и пропаганда К. : Вища школа, 1987. 159 с.
103. Слісаренко І. Ю. Паблік рілейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К. : МАУП, 2001. 104 с.
104. Сопер П. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. Ростов-на-Дону : Феникс, 1995. 448 с.
105. Сучасна політична культура та діяльність мас-медіа: Збірник. наук. праць. За заг. ред. А. З. Москаленка К. : Фундація «Суспільність», 1998.
106. Теория метафоры: Сборник Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журинской. М.: Прогресс, 1990. 512 с.
107. Тепляков М. М. Психосемантичний аналіз ефективності комунікативного впливу: автореф. дис. ... канд.. психол. наук: 19.00.01 Інститут психології ім. Г. С.Костюка АПН України. Київ, 2002. 19 с.
108. Теппер Р. Как овладеть искусством делового письма: 250 писем и записок в помощь менеджеру. М. : ЮНИТИ, 1994. 190 с.
109. Терещук В. І. Електронний паблік рілейшнз як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.04; Рівненський інститут слов'янознавства Київського славістичного університет. Чернівці, 2008. 19 с.
110. Траут Д. Маркетинговые войны. СПб. : Питер, 2006. 256 с.
111. Українська владна еліта і політична комунікація // Сучасна інформаційна політика За ред. А. З. Москаленка. К. : Центр вільної преси, 1999.
112. Фаер С. А. Приемы стратегии и тактики предвыборной борьбы: PR-секреты общественных отношений. «Ловушки» в конкурентной борьбе. Механизмы политической карьеры. СПб. : Столпный град, 1998. 136 с.
113. Федотова Л. Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение СПб. : Питер, 2003. 352 с.
114. Хромець О. Л. Виборчі технології як чинник політичних трансформацій у пострадянських країнах (на прикладі України та Росії): автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К., 2009. 20 с.
115. Цуладзе А. М. Большая манипулятивная игра. М. : Алгоритм, 2000. 336 с.
116. Цуладзе А. М. Политические манипуляции, или Покорение толпы. М. : Книжный дом «Университет», 1999. 144 с.
117. Ченки А. Современные когнитивные подходы к семантике: сходства и различия в теориях и целях// Вопросы языкоznания. 1996. № 2.
118. Чудинов А. П. Концептуальная метафора с исходной сферой «механизм» в современной политической речи // Лингвистика: Бюллетень УЛО. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2001. Т.6. С. 54–59.
119. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2003. 248 с.
120. Чудинов А. П. Политическая лингвистика (общие проблемы, метафора): Учеб. пособ. Екатеринбург: УГИ, 2003. 194 с.

121. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000): Монография. Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2001. 238 с.
122. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 368 с.
123. Шелеп И. А. К вопросу о генезисе и проблематике антикризисного PR в России // Труды НГТУ им. Р. Е. Алексеева. — Т. 82. № 2. Нижний Новгород : НГТУ, 2010. С. 63—66.
124. Язык и этнический конфликт. М.: Гендальф, 2001. 150 с.
125. Яковлев И. П. Паблик рилейшнз в организациях. СПб. : ТОО ТК «Петрополис», 1995. 148 с.
126. Anderson R. D. Metaphors of Dictatorship and Democracy: Change in the 20. Russian Political Lexicon and the Transformation of Russian Politics // <http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/anderson/Metaphor13.htm>.
127. Aronson M. Public Relations writer's handbook, D. Spetner. N.Y. etc. : Lexsngton Books, 1999. 210 p.
128. Lasswell H. Propaganda, Communication, and Public Opinion: A Comprehensive Reference Guide. Princeton: Princeton University Press, 1946.435 p.
129. Lasswell Harold D. The Structure and Functions of Communications in Society // Mass Communications. Ed. By Wilbur Schramm. Second edition. Urbana, Chicago, London: University of Illinois Press, 1960. 695 p. P. 117–128.
130. Lazarsfeld P. On Social Research and its Language. Chicago: University of Chicago Press, 1993. 333 p.
131. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. New York: Free Press, 1944. 187 p.

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання: залік.

5. Засоби діагностики успішності навчання: виконання індивідуальних завдань, контрольних і практичних робіт, самостійна робота студента, укладання словника до курсу, написання реферату, опрацювання матеріалів із інтернет-ресурсів.