



Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського»

Соціально-гуманітарний факультет
Кафедра теорії та методики практичної психології

Методичні рекомендації

для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня

з дисципліни

«PR у фаховій діяльності»

зі спеціальності 053 ПСИХОЛОГІЯ

Автор:

Слюсаренко Марія Іванівна

Одеса 2021

УДК

159.9:659.44 (075.8)

С498

Рекомендовано до друку вченою радою Університету Ушинського
Протокол №10 від 25.03.2021р.

Рецензенти:

Гузенко В. А. кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології та соціальної роботи Одеського національного політехнічного університету

Пивоварчик І. М. кандидат психологічних наук, доцент кафедри теорії та методики практичної психології Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського

Слюсаренко М. І.

Методичні рекомендації щодо самостійної роботи та підготовки до практичних та лабораторних занять у процесі вивчення дисципліни «Паблік рилейшнз у фаховій діяльності». Одеса : Університет Ушинського, 2021. 25 с.

Методичні рекомендації розроблено для магістрантів спеціальності 053«Психологія» щодо самостійної роботи та підготовки до практичних і лабораторних занять у процесі вивчення дисципліни «Паблік рилейшнз у фаховій діяльності». Методичні рекомендації містять поради щодо самостійної підготовки магістрантів, теми практичних та лабораторних занять, список рекомендованої літератури. Методичні рекомендації складено відповідно до листа Міністерства освіти і науки України «Щодо рекомендацій з навчально-методичного забезпечення» за № 1/9-434 від 09.07.2018 року.

© Університет Ушинського, 2021

© Слюсаренко М. І.

ЗМІСТ

1.	Вступ.....	4
2.	Критерії оцінювання за різними видами робіт	5
3.	Самостійна робота студента як форма організації навчального процесу	6
4.	Методичні рекомендації щодо виконання самостійної роботи під час підготовки до практичних занять	7
5.	Тематика і зміст практичних занять	9
6.	Методичні рекомендації щодо виконання самостійної роботи під час підготовки до лабораторних занять	16
7.	Тематика і зміст лабораторних занять.....	17
8.	Методичні рекомендації щодо виконання індивідуального завдання.....	23
9.	Перелік запитань до іспиту	24
10.	Рекомендована література	24

Вступ

Мета, завдання дисципліни, її місце у навчальному процесі.

Паблік рилейшнз – актуальна на сучасному етапі діяльність, що обумовлено змінами у суспільстві та розвитком інформаційних технологій.

Об'єкт Паблік рилейшнз – система реальних зв'язків суб'єктів управління та суспільної діяльності з громадськістю. Предметом ПР є сутність та елементи системи зв'язків з громадськістю, громадська думка, закономірності та випадковості їх виникнення, функціонування й розвитку, принципи та методи управління ними. Предмет вивчення Паблік рилейшнз тісно перетинається з предметами таких наук, як психологія, філософія, соціологія, реклама, маркетинг, масові комунікації, які сприяють постійному її збагачення та розвитку.

Вивчення курсу «Паблік рилейшнз у фаховій діяльності» є необхідним аспектом професійної підготовки психолога, а отриманні знання – підґрунтям практичної професійної діяльності у сфері прикладних досліджень.

Мета викладання дисципліни «Паблік рилейшнз у фаховій діяльності» полягає в тому, щоб розкрити суть паблік рилейшнз як неодмінної сфери інформаційного суспільства. Студент повинен мати навички з застосування набутих теоретичних знань, на основі дослідженого матеріалу робити висновки, виявляти основні тенденції розвитку, що характеризують явища чи процеси, які досліджуються.

Робочою програмою дисципліни «Паблік рилейшнз у фаховій діяльності» передбачено проведення 18 год. практичних занять, 18 год. лабораторних занять, виконання індивідуального завдання та семестрову форма контролю – іспит. Для самостійної роботи студента у процесі вивчення дисципліни відведено 128 год.

Студенти повинні виконати кожну роботу з дисципліни; бали, отримані під час виконання лабораторних і практичних робіт, а також за індивідуальне завдання сумуються при формуванні підсумкової оцінки.

Критерії оцінювання за різними видами робіт

Вид роботи	бали	Критерії
Практичні заняття	0	Студент не готовий до практичного заняття, не має відповідей на запитання, він не обговорює питання, а є спостерігачем.
	1	Студент частково готовий до заняття, відповідає на запитання не повно, не наводить приклади, не має відповіді на додаткові запитання, не доповнює відповіді інших.
	2	Студент готовий до заняття, має відповіді на більшість запитань, наводить приклади, висловлює власні думки. Не може поставити запитання іншим.
	3	Студент готовий до заняття, має відповіді на всі запитання. Відповідає чітко, обґрунтовано, цитує спеціальні праці. Доповнює відповіді інших студентів, ставить запитання.
Лабораторні роботи (за наявності)	0	Студент не підготувався до заняття, не має потрібних матеріалів, не обговорює питання, а є тільки спостерігачем.
	1	Студент має матеріал, він частково готовий до заняття, бере участь в обговоренні окремих питань, його відповіді не достатньо аргументовані та не розгорнуті, він допускається деяких неточностей, не узагальнює думки.
	2	Студент має матеріал, він готовий до заняття, бере активну участь в обговоренні питань, висловлює власні міркування, наводить приклади, але узагальнюючи думки, сумнівається, висловлюється нечітко.
	3	Студент готовий до занять, має матеріал. Відповідає чітко і розгорнуто на всі запитання, доповнює відповіді інших, висловлює власні міркування, наводить приклади, цитує спеціальні праці, творчо підходить до поставлених завдань, пропонує оригінальні, нестандартні рішення завдань. На прикладі конкретного дослідження узагальнює думки.
Індивідуальне навчально-дослідне завдання: написання прес-релізу.	0	Завдання не виконане
	1–3	Завдання виконане на низькому рівні. Не правильно подано тему, допущені грубі композиційні, орфографічні, стилістичні, помилки. Робота не акуратна. Реквізити відсутні або вказані частково чи неправильно. Завдання виконане з запізненням.
	4–6	Завдання виконане невчасно. Частково дотримано вимог. Структура роботи не чітка. Деякі реквізити документа зазначені не правильно, помітні орфографічні та стилістичні помилки.
	7–8	Завдання виконане вчасно. Структура роботи відповідає вимогам. Є незначні стилістичні помилки. Зазначені не всі необхідні реквізити документа.
	9	Робота виконана вчасно, але не зовсім акуратно. Пропущений один з реквізитів.
	10	До роботи зауважень немає

Самостійна робота студента як форма організації навчального процесу

Самостійна робота – це форма організації навчального процесу, за якої заплановані завдання виконуються студентом під методичним керівництвом викладача, але без його безпосередньої участі. Самостійна робота студентів – невід’ємна частина навчального процесу, що сприяє поглибленню й розширенню знань, посиленню інтересу до пізнавальної діяльності, формуванню творчої особистості спеціаліста, здатного до самовдосконалення та самоосвіти.

Метою самостійної роботи є:

- забезпечення фундаментальної загальноосвітньої та практичної підготовки студентів;
- засвоєння методів самостійного вивчення навчального матеріалу, навичок пошуку глибоких знань;
- підвищення ефективності навчального процесу за допомогою організації позааудиторного навчання відповідно до особистих здібностей кожного;
- оволодіння культурою розумової праці, вміння орієнтуватися у потоці наукової інформації, розвиток незалежності мислення, формування власного погляду на питання, що вивчаються.

Самостійна робота є основним засобом засвоєння студентом навчального матеріалу в час, вільний від обов'язкових навчальних занять. Зміст самостійної роботи над конкретною навчальною дисципліною визначається робочою навчальною програмою дисципліни та методичними рекомендаціями викладача.

Основними формами самостійної роботи є:

- робота з підручниками та посібниками;
- робота з науковою літературою;
- самостійне вивчення окремих тем і питань до семінарських, практичних та лабораторних занять на основі навчальної, монографічної літератури, документів, матеріалів, періодичних видань;
- підготовка реферату;
- підготовка до аудиторної контрольної роботи;
- підготовка до консультації з викладачем;
- підготовка до заліку та екзамену.

Самостійна робота студента над засвоєнням навчального матеріалу з конкретної навчальної дисципліни може виконуватися у бібліотеці, навчальних кабінетах і лабораторіях, комп'ютерних класах, а також в домашніх умовах.

Методичні рекомендації щодо виконання самостійної роботи під час підготовки до практичних занять з дисципліни «Паблік рилейшнз у фаховій діяльності»

Приступаючи до підготовки до практичного заняття, студенту необхідно ознайомитися з темою, планом заняття, із завданнями та запитаннями, винесеними на обговорення, і підготувати відповіді на всі запитання та виконати завдання.

Перше, ніж розпочинати самостійну роботу над вивченням літератури, корисно ретельно опрацювати конспект прослуханої в аудиторії лекції та зосередитись на концептуальних питаннях, а вже потім перейти до опрацювання підручників, монографій чи статей.

На стор. 24 Методичних рекомендацій представлений список рекомендованої базової та допоміжної літератури. Звичайно, при підготовці не доцільно обмежуватись цим списком, варто використати літературу, яка додається у списку до кожного практичного заняття як додаткова, можна також використовувати джерела на власний вибір, переглянути дисертації та автореферати з зазначеної теми. Студентові варто працювати одночасно з кількома джерелами, це допоможе йому побачити погляди різних науковців на певні проблеми і сформулювати власну точку зору. Відповіді на запитання можна шукати у підручниках, а поглиблювати знання за темою – читаючи статті, монографії, автореферати дисертацій.

Працюючи з науковим виданням, необхідно спочатку переглянути зміст, щоб зрозуміти, які аспекти висвітлено в роботі. Готуючись до занять, не варто вивчати всю монографію, окремі розділи можна переглянути побіжно, а на деяких зупинитися детально. Пам'ятайте, що найважливіші думки знаходяться у висновках до розділів та у висновках до книги. Цікаві факти, судження й висновки доречно занотувати, з обов'язковим посиланням на автора, суть незрозумілих слів з'ясувати за допомогою словників і довідників.

Працюючи з книгою, можна вдатися до *складання* плану, тез, конспекту, зведеного конспекту, анотацій; до *виписування* цитат, висновків; *підготовки* реферату; *систематизації* зведених оглядів; складання схем, таблиць; запису власних думок; запису окремих слів із зазначенням їх значення тощо.

Складання *плану* або *тез* логічно закінченого по смислового змісту уривка тексту сприяє кращому його розумінню. План – така форма запису, коли студент фіксує окремі частини статті чи книги, даючи їм своєрідні заголовки. План може бути простим і складним, залежно від змісту прочитаного матеріалу та визначеної мети. Теза — стислий виклад основних положень тексту у формі твердження чи заперечення, тези складають після попереднього ознайомлення з текстом. Це сприяє збереженню інформації в пам'яті і є основою для дискусії. Анотація — короткий виклад змісту — дає загальне уявлення про книгу, брошуру, статтю. У резюме коротко наводяться висновки, головні підсумки.

Конспект – короткий, послідовний, стислий письмовий виклад основного змісту книги, статті, лекції, записаний у розповідній формі. Виклад конспективного запису має бути послідовним, логічно пов'язаним. Для підтвердження окремих

положень необхідно записувати найяскравіші приклади. Записи можна вести в окремому зошиті або на листках формату А 4. На листках краще писати тільки на одній стороні, за потреби такий конспект можна розкласти на поверхні і працювати з ними як суцільним текстом. З лівого боку сторінки можна відвести широке поле (4–5 см), на ньому зручно робити помітки, доповнення, складати плани законспектованого матеріалу, висловлювати власні думки. Писати необхідно чітким почерком, щоб в майбутньому більш зручно користуватися зробленими записами, розміщувати і синтезувати їх за тематичним принципом. Треба пам'ятати, що конспект готується не для одноразового використання. Він може стати у пригоді впродовж навчання і в подальшій самостійній професійній діяльності.

Конспектування – важлива робота. Для зручності у користуванні конспектом можна виділяти окремі думки різними кольорами, підкреслювати, укрупнювати букви, робити відступи, брати окремі частини у рамки, обводити в коло тощо. Цитати й особливо важливі думки (положення, визначення, правила та ін.) необхідно виділяти; доцільно також виробити свої умовні знаки, щоб підкреслювати в конспекті потрібні місця. Цитата – дослівний уривок з тексту твору або чийсь слова, у конспекті вказуйте сторінки, з яких виписані цитати, це полегшить Вашу роботу за потреби цитування автора.

Конспект можна також готувати в електронному вигляді, але матеріали повинні бути роздруковані на паперовому носіїві. На заняттях не рекомендується читати з телефона.

Готовий конспект необхідно прочитати і графічно виділити важливі для практичного чи лабораторного заняття питання. У конспекті можна також пронумерувати необхідні матеріали, це допоможе швидко орієнтуватися під час занять.

На кожне питання можна скласти стислий *план* відповіді, зафіксувавши необхідний ілюстративний матеріал (приклади, малюнки, схеми, цифри). Якщо окремі питання програми залишаються незрозумілими, їх необхідно написати на полях конспекту, щоб з'ясувати на консультації.

Основні положення теми (правила, закони, визначення та ін.) варто завчити, повторюючи декілька разів або розповідаючи колезі. Слід поступово переходити від повторення матеріалу однієї теми до іншої. Після повторення й систематизації всього навчального матеріалу необхідно переглянути його ще раз, уже за своїми записами, перевіряючи подумки, як засвоєно логіку розкриття кожної теми, як зафіксовано в пам'яті основні факти, формули, ілюстративний матеріал, чим і як можна доповнити окремі питання.

Під час добору літератури з того чи іншого питання необхідно вміти скласти *бібліографічні записи* згідно з вимогами, які є обов'язковими для оформлення бібліографічного апарату. Опис книги потрібно робити з титульного листа за такою формою: прізвище та ініціали автора (якщо книгу написали два чи три автори, їх прізвища та ініціали подають також на початку опису); назва (заголовок) книги (подають повністю і без скорочень), підзаголовні відомості (науково популярний нарис, навчальний посібник, монографія, довідник тощо); вказують також, за чією редакцією вийшла книга; порядковий номер видання; відомості про місце видання,

найменування видавництва, рік видання та кількість сторінок.

Тематика і зміст практичних занять

Практичне заняття – форма навчального процесу, за якої викладач організовує детальний розгляд студентами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання відповідно до сформованих завдань. Практичне заняття включає: проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів; виконання практичних завдань; постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування контрольних завдань; їх перевірку, оцінювання; домашнє завдання. Методи практичного заняття: інструктаж; вправи; дослідження; самостійна робота; стимулювання.

Практичне заняття № 1 (4 год.)

Тема: Паблік рилейшнз як наука, практична діяльність і навчальна дисципліна.

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темами лекцій № 1, 2, 3.

Завдання заняття: закріпити знання про суть Паблік рилейшнз, історію її виникнення та розвитку в Україні.

План заняття

1. Паблік рилейшнз як наука, практична діяльність і навчальна дисципліна.
2. Актуальність паблік рилейшнз для практичної діяльності психолога
3. Комунікаційна природа PR-діяльності.
4. Історія виникнення PR.

Контрольні запитання:

- 1) Дайте визначення терміну PR. PR як наука, практична діяльність і навчальна дисципліна. Яка мета навчальної дисципліни PR? Яка мета PR практичної діяльності? Для чого PR психологу?
- 2) Як налагоджують зв'язки в PR? Що є інструментом в PR? Що таке комунікаційна діяльність? Які види діяльності Ви можете назвати?
- 3) Де і коли зародилася PR-діяльність? Назвіть відомих представників американської та європейської шкіл? У чому різниця поглядів Е. Бернейза і Ф. Буарі?
- 4) Коли виник PR в Україні? Що таке пропаганда? Від пропаганди до PR. Сучасний стан PR. Як Ви вважаєте, чи працює в сучасній Україні PR? Обґрунтуйте свою думку.
- 5) Назвіть правзірці PR в Україні за часів Київської Русі та козащини (на прикладі державної та церковної діяльності). Як церква популяризувала роль духовенства та прославляла козацьких ватажків? Роль проповіді, сповіді, хрестоцілування для налагодження зв'язків з паствою. Місія відомих діячів (вчених, митців, освітян) для закріплення авторитету України на міжнародному рівні. Яка роль писарів у

козацькій Україні? Поясніть поняття колегіальність у вирішенні важливих питань та назвіть зразки колегіального ухвалення рішень.

Література: базова [1, 2, 4]; допоміжна [1, 2, 3, 5];

Додаткова література:

1. Історія зв'язків із громадськістю: конспект лекцій / укладач Н. С. Подоляка. Суми: Сумський державний університет, 2016. 158 с.
2. Лукашев А. В. Анатомия демократии, или Черный PR как институт гражданского общества / А. В. Лукашев, А. В. Пониделко. СПб.: Бизнес-пресса, 2001. 268 с.

Практичне заняття № 2 (2 год.)

Тема: Спілкування та комунікація в Паблік рилейшнз.

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темою лекцій № 2.

Завдання заняття: закріпити знання про суть комунікації та спілкування і їх роль для діяльності Паблік рилейшнз.

План заняття

1. Комунікація: поняття та види.
2. Спілкування як процес взаємодії суб'єктів.
3. Рівні спілкування.
4. Комунікація та спілкування у професійній діяльності Паблік рилейшнз.

Контрольні запитання:

- 1) Дайте визначення терміну *комунікація*. Назвіть види комунікації (вербальна, усна, писемна, безпосередня та опосередкована, публічна, організаційна, масова, горизонтальна та вертикальна, ініціативна та вимушена, стихійна та організована, побутова – ділова, релігійна, політична, ефективна – неефективна тощо). Роль комунікацій для успішного функціонування компаній (фірм, установ, закладів). Яку комунікацію називають ефективною?
- 2) Дайте визначення терміну *спілкування*.
- 3) Поясніть типологію спілкування *за змістом* (матеріальне, когнітивне, мотиваційне, діяльнісне, кондиційне), *метою* (біологічне, соціальне), *засобами* безпосереднє, опосередковане, онлайн-, пряме, непряме) тощо.
- 4) Поясніть поняття *рівень і рівень спілкування*?
- 5) Поясніть рівні спілкування у визначенні В.Н. Сагатовського, Е. Берна (нуль спілкування), Б. Ломова, А. Добровича. Назвіть критерії визначення рівнів спілкування у цих дослідників.
- 6) К. Левін про три стилі лідерства.
- 7) Як пов'язане вчення про комунікації та рівні спілкування з PR-діяльністю?

Література: базова [1, 2]; допоміжна [5];

Додаткова література:

1. Липман У. Общественное мнение. Пер. с англ. Т. В. Барчуновой; ред. пер. К. Левинсон, К. Петренко. Москва: Общественное мнение. 2004. 384 с.
2. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібник для самостійної роботи студента. Київ: Академія, 2011. 304 с.

Практичне заняття № 3 (2 год.)

Тема: Акмеологічні характеристики PR-фахівця.

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темами лекцій № 4.

Завдання заняття: закріпити знання про професійні навички PR-фахівця.

План заняття

1. Акмеологія як наука.
2. Категорії акмеології.
3. Акмеологічні характеристики PR-фахівця.

Контрольні запитання:

- 1) Що є акмеологія? Як пов'язана акмеологія з PR-діяльністю?
- 2) Назвіть категорії акмеології (професіонал і професіоналізм)
- 3) Поясніть суть поняття професіоналізм діяльності.
- 4) Назвіть складові професійної компетентності.
- 5) Перерахуйте спеціальні вміння PR-фахівця. Що би ви добавили до необхідних вмінь PR-фахівця?
- 6) Які підходи у визначенні професійних рис PR-фахівця Ви можете назвати?

Література: базова [3]; допоміжна [5];

Додаткова література:

- 1) Ільченко І.О. Інституціоналізація підготовки спеціалістів публік релейшнз в Україні // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Соціологія. 2001. №511, Вип.12. С.136–139.
- 2) Почепцов Г.Г. Паблік релейшнз: навч. посіб. /Георгій Георгійович Почепцов. – 3-ге вид., виправ. і доп. – К.: Знання, 2006. – 328 с.

Практичне заняття № 4 (2 год.)

Тема: Кризові ситуації та особливості їх подолання.

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темою лекцій № 5.

Завдання заняття: закріпити знання про роль PR-фахівця у подоланні криз.

План заняття

1. Криза на виробництві.
2. Попередження кризи як основне завдання PR-фахівця.
3. Діяльність у процесі кризи.

Контрольні запитання:

- 1) Дайте визначення кризи.
- 2) Типологія криз (паталогічні, мізерності ресурсів, перезавантаження; раптові, поступові, постійні; навмисні, ненавмисні; несподівані, назриваючі, безперервні; руйнівні, неруйнівні, природні; економічні, біржові, фінансові, політичні, техногенні, інформаційні). З якими кризами працює PR-фахівець?
- 3) Сем Блек про кризи як «відоме-невідоме» та «невідоме-невідоме».
- 4) Сім попереджувальних сигналів розвитку кризи.
- 5) Загальні характеристики криз.
- 6) Управління кризою.
- 7) Проблеми в управлінні кризою.

Література: базова [1, 2]; допоміжна [5];

Додаткова література:

1. Берулава М. М. Психологические основы развития рационального поведения управленцев в конфликтных ситуациях. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора психологических наук. Ставрополь, 2005. 43 с. <http://nauka-pedagogika.com/psihologiya-19-00-01/dissertaciya-psihologicheskie-osnovy-razvitiya-ratsionalnogo-povedeniya-upravlentsev-v-konfliktnyh-situatsiyah>
2. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз: навч. посіб. /Георгій Георгійович Почепцов. – 3-ге вид., виправ. і доп. – К.: Знання, 2006. – 328 с.
3. Марков Г. Справочник по конфликтологии, общению, менеджменту. СПб., 2000.
4. Психология конфликта. Компендиум кейсов : учеб. Пособие. СанктПетербург.: СПбГУП, 2016. 116 с. <https://www.gup.ru/events/news/smi/case.pdf>
5. Мануйлов Г. Психологическое управление в кризисном обществе. СПб., 1999.

Практичне заняття № 5 (2 год.)

Тема: Чутки як форма стихійної комунікації.

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темою лекцій № 6.

Завдання заняття: закріпити знання про роль PR-фахівця у боротьбі з чутками.

План заняття

1. Чутки як різновид інформації.
2. Причини появи чуток.
3. Способи боротьби з негативними чутками.

Контрольні запитання:

- 1) Поясніть термін чутка. Типологія чуток.
- 2) Причини виникнення чуток.
- 3) Особливості протидії чуткам (гумор, доведення до абсурду, флангова атака, доведення до абсурду, дискредитація автора чуток, відвертання уваги, офіційне заперечення в ЗМІ чи на сайті тощо)
- 4) Як використовують чутки для професійної діяльності?
- 5) Чутки в офісі («гарячі пиріжки», «події», нововведення, боротьба груп, міжособисті стосунки тощо).
- 6) Офісні війни. Жертви війн. Обговорення чужих досягнень, керівництва, звільнення, амурні стосунки тощо.
- 7) Чутки і PR-діяльність.

Література: базова [1, 2]; допоміжна [5];

Додаткова література:

- 1) Беззубцев С. Слухи, которые работают на Вас. Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 192 с.
- 2) Введение в руморологию: использование слухов на американских выборах / Сост. С. Василенко. Москва: Полиграфоцентр-плюс, 2004. 304 с.
- 3) Бианки В. А. Убрать конкурента: PR-атака. Санкт-Петербург.: Питер, 2007. 240 с.
- 4) Введение в руморологию: использование слухов на американских выборах / Сост. С. Василенко. Москва: Полиграфоцентр-плюс, 2004. 304 с.
- 5) Бианки В. А. Убрать конкурента: PR-атака. Санкт-Петербург.: Питер, 2007. 240 с.

Практичне заняття № 6 (2 год.)

Тема: Засоби впливу на суспільну думку

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темою лекцій № 6.

Завдання заняття: закріпити знання про усні і письмові форми взаємодії та їх роль для виробничої діяльності.

План заняття

1. Вербальне і невербальне спілкування.
2. Форми усного спілкування.
3. Особливості письмової взаємодії. Переваги і недоліки письмової комунікації.
4. Зразки письмової комунікації.

Контрольні запитання:

- 1) Які існують засоби вербального і невербального спілкування.
- 2) Назвіть і охарактеризуйте форми усного спілкування (виступ, доповідь, репліка, заява, привітання тощо).
- 3) Письмова комунікація. Назвіть переваги і недоліки письмової комунікації.
- 4) До яких належить електронна комунікація?
- 5) Поясніть функції письмової комунікації (фіксування інформації, збереження, передача на відстані, накопичення, планування, доказ, облік, планування тощо).
- 6) Охарактеризуйте зразки письмової комунікації (листівки, повідомлення, телеграми, заяви, листи, звіти тощо).

7) Як пов'язані засоби спілкування з PR-діяльністю?

Література: базова [1, 2]; допоміжна [5];

Додаткова література:

1. Уилкоккс Д. Л. Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ. Москва: ИНФРА-М, 2004. 761 с.
2. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібник для самостійної роботи студента. Київ: Академія, 2011. 304 с.

Практичне заняття № 7 (2 год.)

Тема: Заходи і кампанії в PR.

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темою лекцій № 7.

Завдання заняття: закріпити знання про усні і письмові форми взаємодії та їх роль для виробничої діяльності.

План заняття

1. Заходи PR та їхнє призначення.
2. Кампанії PR: спонсорство, благодійність та меценатство.

Контрольні запитання:

- 1) Назвіть основні види публічних заходів при здійсненні зв'язків з громадськістю (PR)
- 2) Поясніть інформаційний супровід публічних заходів
- 3) Охарактеризуйте виставки, ярмарки, конференції, круглі столи, прийоми. Назвіть особливості організації та проведення заходів.
- 4) Поясніть суть поняття компанія та кампанія. Назвіть типологію кампаній. Для чого здійснюють кампанії в Паблік рилейшнз?
- 5) Назвіть етапи проведення кампаній.
- 6) Поясніть спонсорінг, благодійність та меценатство як інструменти зв'язків з громадськістю у соціальній сфері.

Література: базова [1, 2]; допоміжна [5];

Додаткова література:

1. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навч. посіб. /Георгій Георгійович Почепцов. – 3-ге вид., виправ. і доп. – К.: Знання, 2006. – 328 с.
2. Королько В.Г. Паблік рилейшнз. Наукові основи. Методика. Практика: підручник. К., 2001.

Практичне заняття № 8 (2 год.)

Тема: Імідж чи репутація, або як зорієнтуватися фахівцеві?

Мета заняття: виявити ступінь оволодіння студентами теоретичних положень за темою лекцій № 8.

Завдання заняття: закріпити знання про поняття імідж та його значення для фахівця в умовах інформаційного суспільства.

План заняття

1. Імідж та бренд як інформаційне явище.
2. Репутація як фактор у діяльності фахівця.

Контрольні запитання:

- 1) Поняття бренд. Походження і застосування терміну. Бренд товару і бренд людини. Наведіть приклади брендів. Чому, на Вашу думку, слово бренд стало актуальним для визначення якостей фахівців?
- 2) Імідж: суть поняття. Етимологія терміну. Імідж та образ: порівняльна характеристика.
- 3) Типологія іміджу (позитивний – негативний; імідж компанії, людини і держави; матеріальний імідж; внутрішній і зовнішній імідж; міфологічний імідж, гламурний; дзеркальний тощо).
- 4) Функції іміджу.
- 5) Складові іміджу психолога.
- 6) Репутація та імідж. Що важливіше для фахівця?

Література: базова [1, 2, 3]; допоміжна [4, 5];

Додаткова література:

1. Шаманська О. І. Брендінг як напрямок маркетингової діяльності підприємства <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1846>
2. Студінська Г. Я. Концептуальні питання формування бренду о собистості <https://ecj.oa.edu.ua/articles/2015/n28/15.pd>
3. Шевченко В.С. Роль і місце іміджу керівника в ефективному управлінні сучасної організації Соціальна економіка. 2016. № 2. С. 157–161. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2016_2_26
4. Процько Н. В. Роль іміджу у сприйнятті практичного психолога. URL: http://ecopsy.com.ua/data/zbirki/2009_20_2/sb20_ch2_29.pdf
5. Ожигова Л. Н., Барышева Н. А., Имидж психолога как основа доверия клиента. Общество: социология, психология, педагогика. 2018, URL: <https://kubsu.ru/sites/default/files/users/11873/portfolio/ozhigova-barysheva.pdf>
6. Мазоренко М. О. Психологічні складові іміджу сучасного фахівця. *Вісник Національного університету оборони України*, 2012. № 4 (29). С. 184–187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnaou_2012_4_39

Методичні рекомендації щодо виконання самостійної роботи під час підготовки до лабораторних занять

Лабораторне заняття – форма навчального заняття, при якому студент під керівництвом викладача особисто доводить натуральні або імітаційні експерименти чи досліди з метою практичного підтвердження окремих теоретичних положень даної навчальної дисципліни, набуває практичних навичок роботи з лабораторним обладнанням, обчислювальною технікою, вимірювальною апаратурою, методикою експериментальних досліджень у конкретній галузі.

Лабораторні роботи відіграють важливу роль у підготовці фахівців через самостійну виконавчу діяльність.

Виконання студентами лабораторних робіт має на меті:

- ♦ опанування методів експериментальних досліджень (вимірювання фізичних величин, дослідження реальних режимів роботи устаткування, обробка результатів дослідів);
- ♦ формування навичок роботи із спеціалізованою технікою та оволодіння прийомами практичної діяльності;
- ♦ засвоєння методів безпечного проведення експериментальних досліджень;
- ♦ поглиблення теоретичних знань завдяки їх практичному застосуванню.

Набуті на понятійно-аналітичному рівні вміння та навички є суттєвим складником компетенції фахівця.

Призначення лабораторного заняття: формувати професійні вміння та навички; вміння застосовувати знання на практиці; дослідження наукових гіпотез.

Комбінована форма проведення лабораторних занять полягає в тому, що кожен із дослідів певної лабораторної роботи розподіляється між усіма студентами академічної підгрупи. Тобто кожен студент підгрупи отримує окреме власне експериментальне дослідження. Викладачу важливо стежити, щоб завдання було доступним, зрозумілим, мало частково-пошуковий характер, не мало детальної інструкції щодо його виконання.

Під час заняття студент обґрунтовує отримані результати власними теоретичними знаннями або за допомогою навчальної літератури, викладач при цьому виступає в ролі консультанта і надає студентові доцільну методичну допомогу. Проведення занять у такий спосіб допомагає студентам не тільки опанувати способи експериментальної діяльності, але й навчитися переконливо й дохідливо пояснювати отримані результати. Студент усвідомлює свою відповідальність за засвоєння знань всіма студентами групи. На таких лабораторних заняттях відбувається засвоєння знань через практичну діяльність, а також уміння передавати засвоєні знання. Таким чином студенти оволодівають навичками експериментальної діяльності.

Викладач обов'язково аргументує оцінку студента за визначеними параметрами: точність виконання, самостійність, правильність пояснення тощо. Комбінована форма лабораторного заняття дозволяє кожному студенту проявити ініціативу й

самостійність. Застосування комбінованої форми проведення лабораторного заняття дає можливість формувати в студентів уміння аналізувати поставлене експериментальне завдання та вирішувати його самостійно.

У процесі підготовки до лабораторного заняття студентам необхідно ознайомитися з темою та завданнями заняття та з теоретичним матеріалом із зазначеної теми, вивчити базову, допоміжну та додаткову літературу, знайти відповіді на контрольні запитання. Можна також використовувати літературу з Інтернету, переглянути автореферати дисертацій. Потрібно підібрати в пресі або в Інтернеті необхідні тексти, наприклад, зразки PR-продукції, приклади листів, промов, прес-релізу чи переглянути запропоновані відео-матеріали. Потім необхідно осмислити суть теоретичного матеріалу та пояснити особливості зразків, запропонованих для аналізу на лабораторному занятті. Важливо підтвердити або заперечити пов'язаність теорії з практичною сферою та узагальнити думки.

Тематика і зміст лабораторних занять

Лабораторне заняття № 1 (2 год.)

Тема: *Паблік рилейшнз як практична діяльність*

Мета : ознайомити студентів із зразками друкованих матеріалів політичного PR

Завдання:

- 1) Підготувати для аналізу політичні PR-матеріали з періодичних видань.
- 2) Пояснити зміст матеріалів.
- 3) Охарактеризувати матеріали з позитивним забарвленням.
- 4) Охарактеризувати матеріали з негативним забарвленням. Пояснити до якого кольору PR (чорного, жовтого, сірого, коричневого тощо) може бути зарахований текст.
- 5) Дати визначення пасквілю, пояснити його етимологію та використання у політичному PR.
- 6) Як протидіяти негативному PR?

Контрольні запитання

1. PR як практична діяльність.
2. Що криється за поняттям класичний PR?
3. У чому полягає суть негативного PR?
4. Які кольори PR відносять до негативних?
5. Поясніть поняття сірий, жовтий, чорний PR.
6. Коричневий PR як інструмент для розпалювання ворожнечі між народами.
7. Які засоби використовують для негативного PR?
8. Що таке пасквіль? Історичні відомості про роль пасквілю у політичній боротьбі.

Схема для аналізу матеріалу:

назва матеріалу, обсяг, тема, суб'єкт уваги автора, фактичні дані, образні вислови, лексика, особливості фото (за наявності), кольорова гама, особливості шрифтів, сторінка розташування.

Список додаткової літератури:

1. Лукашев А. В. Анатомия демократии, или Черный PR как институт гражданского общества / А. В. Лукашев, А. В. Пониделко. СПб.: Бизнес-пресса, 2001. 268 с.
2. Почепцов, Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. Г. Київ, 2000. 280 с.
3. Пасквіль на Івана Мазепу <http://litopys.org.ua/suspil/sus158.htm>
4. Харківський пасквіль 1800 року. <https://otkudarodom.ua/ru/gorban-mikola-harkivskiy-paskvil-1800-roku>
5. Журавльова С. С. Гетьман Іван Самойлович у візії барокових поетів: перетворення з ідеального керманіча на об'єкт політичного пасквіля. <http://bdpu.org/wp-content/uploads/2019/03/Журавльова-С.С.-47-48.pdf>

Лабораторне заняття № 2 (2 год.)

Тема: *Інтерв'ю як інструмент дослідження аудиторії та залучення клієнтів.*

Мета: ознайомити студентів з формою дослідження аудиторії та отримання зворотнього зв'язку з потенційними клієнтами.

Завдання:

- 1) На прикладі інтерв'ю маркетингової агенції у сфері готельного бізнесу (зразок надає викладач) скласти запитання для проведення інтерв'ю з потенційними клієнтами психолога.
- 2) Доповнити інтерв'ю доцільними запитаннями.
- 3) Ознайомити студентів із власними запитаннями.
- 4) Обговорити варіанти запитань та узагальнити рекомендації щодо проведення інтерв'ю.
- 5) Зауважити про складнощі методу інтерв'ю.
- 6) Продумати, у яких місцях доцільно провести інтерв'ю.

Контрольні запитання

1. У чому суть інтерв'ю як синтетичної жанрової форми?
2. Які особливості структури інтерв'ю?
3. Як використовують інтерв'ю в дослідженні аудиторій?
4. Для чого проводити інтерв'ю психологам?

Список додаткової літератури:

1. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие – Москва: Аспект Пресс, 2000. 312с.

2. Слюсаренко М. І. **Інтерв'ю** з невластивою для журналістської форми функцією / RS Global International, Proceeding of the XIV International Scientific and Practical Conference Social and Economic Aspects of Education in Modern Society. – Vol. 2, June 25, 2019, Warsaw, Poland. – P. 41–44.

Лабораторне заняття № 3 (2 год.)

Тема: *Листування як форма заочного спілкування*

Мета : ознайомити студентів з формою листа як засобу впливу на адресата.

Завдання:

- 1) Підготувати з Інтернету зразки ділового листа та листа, адресованого широкій аудиторії. (наприклад, лист Стіва Джобса, Саманти Сміт <https://timenote.info/ua/Samanta-Smit>, листи на фронт listi-na-frontday.kyiv.ua/uk/article/media/, лист запорожців турецькому султану https://uk.wikipedia.org/wiki/Лист_запорожців_турецькому_султанові) тощо.
- 2) На прикладі листів пояснити особливості цієї форми комунікації.
- 3) Узагальнити, чим важливе листування для сфери PR?

Контрольні запитання

1. Дайте визначення терміну *лист*.
2. Поясніть типологію листів. Електронний лист. Лист до знайомого і незнайомого, до партнера, конкурента, керівника, до підлеглого.
3. Негативні листи.
4. Структура листа (елементи структури листа).
5. Формальні особливості листа (папір, почерк, стиль, лексика тощо).
6. Особливості етикету в листуванні.
7. Фірмовий бланк у листуванні.
8. Лист як документ. Обов'язкові реквізити листа. Преамбула.
9. Розглянути листи, які увійшли в історію світової думки. Проаналізувати їхню структуру і зміст. Назвати засоби впливу.
10. Психологія листування. Рекомендації щодо листування у працях Дейла Карнегі (значимість адресата, ім'я, преамбула, просьба поради, лестощі, слова ввічливості, нагромадження питань, заклик до дії тощо)

Список додаткової літератури:

1. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. Москва: Аспект Пресс, 2000. 312с.
2. Бриттни Л. E-MAIL и деловая переписка: Практическое руководство. Москва: АСТ: Астрель, 2004.
3. Митчелл, М. Деловой этикет [Текст]: научно-популярное издание; пер. с англ. О. И. Максименко. Москва: АСТ: Астрель, 2004. 287 с.

4. Теория эффективного общения Дейла Карнеги
https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_эффективного_общения_Дейла_Карнеги
5. Как написать идеальное электронное письмо: Учимся у Стива Джобса
https://www.ukrrudprom.com/digest/Kak_napisat_idealnoe_elektronnoe_pismo_Uchimsya_u_Stiva_Dgobsa.html?print

Лабораторне заняття № 4 (2 год.)

Тема: ***Промова як засіб впливу на громадськість.***

Мета : ознайомити студентів з формою промови як одного із інструментів впливу на аудиторію.

Завдання:

- 1) Розглянути промови, які увійшли в історію світової думки. Проаналізувати їхню структуру і зміст. Назвати засоби впливу (наприклад, промова Грети Гунберг, Мадонни, Леонардо де Капріо тощо).
- 2) Цицерон «Промова на захист поета Архія». Особливості форми промови.
- 3) Лист – промова: порівняльна характеристика.

Контрольні запитання

1. Поясніть особливості промови як форми спілкування.
2. Марк Туллій Цицерон як постать. Життєвий і творчий шлях (коротко).
3. Структура промови. Початок і кінцівка промови.
4. У чому сила промови Цицерона? Назвіть засоби впливу. Поясніть зміст промови. Цицерон від часткового (приватного) до загального.
5. Чи можете Ви навести паралелі про роль поета у Цицерона і в романі Ліни Костенко «Маруся Чурай»?
6. Що спільного у формі листа і промови?

Список додаткової літератури:

1. Тертычный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. Москва: Аспект Пресс, 2000. 312с.
2. Цицерон. Промова на захист поета Архія https://uk.wikipedia.org/wiki/Промова_на_захист_поета_Архія

Лабораторне заняття № 5 (2 год.)

Тема: ***Прес-конференція. Особливості підготовки і проведення.***

Мета : ознайомити студентів з особливостями підготовки та проведення прес-конференції

Завдання:

Переглянути дві прес-конференції на задану тему в Інтернеті. Проаналізувати особливості та форми проведення. Вказати на недоліки.

Контрольні запитання

1. Дайте визначення прес-конференції.

2. Назвіть вимоги до прес-конференції.
3. Інформаційний привід проведення прес-конференції
4. Як підготувати прес-конференцію ?
5. Етапи проведення прес-конференції.

Список додаткової літератури:

1. Тригуб В. Як правильно провести прес-конференцію
<https://uamediacenter.wordpress.com/2017/01/22/як-правильно-провести-прес-конференци/>
2. Сем Блек Прес-конференції та прийоми <https://subject.com.ua/economic/public/62.html>
3. Егина Е. Что такое пресс-конференция <https://www.advertiser-school.ru/pr-theory/press-conference.html>

Лабораторне заняття № 6 (2 год.)

Тема: **Вебінар для психолога.**

Мета : ознайомити студентів з формою вебінару

Завдання:

Переглянути два вебінари на задану тему в Інтернеті. Проаналізувати форму проведення. Назвати недоліки та переваги такої форми взаємодії з аудиторією.

Контрольні запитання

1. Дайте визначення вебінару. Поясніть походження терміну.
2. Назвіть особливості підготовки.
3. Назвіть переваги і недоліки вебінарів.
4. Поясніть актуальність вебінару як форми співпраці психолога з аудиторією.
5. У чому полягає важлива роль вебінару для налагодження стосунків з клієнтами?

Список додаткової літератури:

1. Вебінар як ефективна форма самоосвіти <https://zl.kiev.ua/vebinar-yak-efektyvna-forma-samoosvity/>
2. Морзе Н. В. Методичні особливості вебінарів як інноваційної технології навчання
http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/918/1/N_Morze_O_Ihnatenko_ITO_4.pdf

Лабораторне заняття № 7 (2 год.)

Тема: **Майстер-клас для психолога.**

Мета : ознайомити студентів з формою майстер-класу

Завдання:

- 1) Продумати план для самопрезентації : «Я –практикуючий психолог».

Контрольні запитання

1. Дайте визначення майстер-класу.
2. Вимоги до майстер-класу.
3. Етапи проведення майстер-класу.
4. Структура майстер-класу.
5. Взаємозв'язок самореалізації і самопрезентування.

Список додаткової літератури:

1. Ньюсом Д., Ван-Слайк Д.Т., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика па блик рилейшнз: пер. с англ. М., 2001. 800с.
2. Михнюк М. І. Майстер-клас як Форма обміну передовим педагогічним досвідом
<https://core.ac.uk/download/pdf/77240636.pdf>

Лабораторне заняття № 8 (4 год.)

Тема: *Робота психолога в Інтернет-просторі. Аналіз складових іміджу психолога в Інтернет-середовищі.*

Мета : ознайомити студентів з особливостями формування іміджу практикуючого психолога.

Завдання:

Переглянути в Інтернеті відео матеріали роботи двох психологів. Охарактеризувати особливості їхнього іміджу. Назвати позитивне і негативне в їхній діяльності. Запропонувати варіанти покращення роботи.

Контрольні запитання

1. Чи довіряєте Ви психологу? Чому довіряєте/ не довіряєте?
2. Які теми порушує психолог?
3. Що Вам імponує в конкретній особистості? Що не подобається?
4. Які прийоми для створення іміджу психолог використовує?
5. Чим обумовлена велика кількість підписників у психолога?
6. Які прийоми Ви готові перейняти для себе?

Список додаткової літератури:

1. Тихомирова Є. Б. Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: монографія / Є. Б. Тихомирова. – К.: Наша культура і наука, 2004. – 489 с.

2. Процько Н. В. Роль іміджу у сприйнятті практичного психолога. URL: http://ecopsy.com.ua/data/zbirki/2009_20_2/sb20_ch2_29.pdf
3. Ожигова Л. Н., Барышева Н. А., Имидж психолога как основа доверия клиента. Общество: социология, психология, педагогика. 2018, URL: <https://kubsu.ru/sites/default/files/users/11873/portfolio/ozhigova-barysheva.pdf>
4. Митцева О. С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура / Педагогіка та психологія. Харків, 2018. Вип. 59. С. 191–200.

Методичні рекомендації щодо виконання індивідуального завдання.

Програмою «Паблік рилейшнз у фіаховій діяльності» передбачено виконання індивідуального завдання. Студенти пишуть прес-реліз на задану тему (наприклад, про День відкритих дверей в університеті Ушинського) або на тему на власний вибір.

Вимоги до виконання роботи:

1. Обсяг прес-релізу – 1 стор. (1500 знаків) на листку формату А4.
2. Зазначення теми.
3. Дотримання композиційних вимог (заголовок, вступна, основна частини та кінцівка).
4. Поділ на абзаци.
5. Наявність необхідних реквізитів (назва форми прес-реліз, дата, назва закладу, виконавець, бажана дата публікації).
6. Наявність світлини.
7. Грамотність написання, дотримання вимог офіційно-ділового стилю.
8. Вчасність виконання роботи.

Список додаткової літератури:

1. Тertyчный А. А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. Москва: Аспект Пресс, 2000. 312с.
2. Прес-реліз: як писати так, щоб захід відвідали <https://ubi-hall.com.ua/uk/2018/03/05/pres-reliz-iaak-pisati-tak-ob-zahid-vid/>
3. Вежелъ В. М. Сучасна концепція прес-релізу як PR-тексту [irbis-nbuv.gov.ua > cgi-bin > irbis_nbuv > cgiirbis_64](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64)

Перелік запитань до іспиту

1. Назвіть умови виникнення ПР. Хто представляє американську та європейську школи ПР, у чому полягає суть поглядів цих представників?
2. Назвіть правзірці ПР-діяльності В Україні, починаючи з часів Київської Русі. Які заходи колегіального вирішення проблем Вам відомі?
3. Якими прийомами послуговувалися в політикумі козацької України та в церкві?
4. Що є методологічною основою ПР-діяльності?
5. Яка мета ПР-діяльності?
6. Відомо, що ПР є комунікаційною діяльністю? У чому суть комунікаційної діяльності? Які види діяльності існують, крім комунікаційної?
7. Які критерії ПР-діяльність засвідчують демократичні засади співпраці з громадськістю?
8. Як Ви розумієте поняття двостороння симетрична модель у діяльності ПР?
9. Класичний і кольоровий ПР. Поясніть суть поняття чорний ПР.
10. Які кольори в ПР Вам відомі? Назвіть негативні кольори ПР.
11. Які шість правил психології закладені в основі ПР-діяльності?
12. Поясніть суть терміну аудиторія. Масова і цільова аудиторія.
13. Як досліджують аудиторії? Наведіть приклади.
14. Що означає термін суспільні групи. Яка роль суспільних груп для діяльності ПР?
15. Назвіть зовнішні і внутрішні суспільні групи. Яка роль ПР-фахівця в роботі з цими групами?
16. Поясніть суть поняття імідж. Які типи іміджу Ви знаєте?
17. Які складові іміджу психолога.
18. Що головніше: професіоналізм, репутація чи імідж для професійної діяльності?

Рекомендована література

Базова

1. Балабанова Л.В. Паблік рілейшнз [Текст]: навч. посібник реком. МОНУ. Київ: ВД Професіонал, 2008. 528 с.
2. Березенко В. PR в Україні: наукове осмислення феномену: монографія / В.В. Березенко. — К.: Академія Української Преси, 2013. 388 с.
3. Богданов Е. Н., Зазыкин В. Г. Психологические основы Паблик рілейшнз: учебное пособие для вузов. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 208 с.
<http://bookre.org/reader?file=1475612&pg=3>

4. Історія зв'язків із громадськістю: конспект лекцій / укладач Н. С. Подоляка. Суми: Сумський державний університет, 2016. 158 с.

Допоміжна

1. Слюсаренко М. І. Зв'язки з громадськістю за часів козацької України крізь призму історичної прози Івана Нечуя-Левицького / Засоби масової інформації та комунікації: Історія, сьогодення, перспективи розвитку: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Буча, березень 2019 р.: Тези доповідей. К. : Міленіум, 2019. С. 78–82.
2. Слюсаренко М. І. Захар Беркут» Івана Франка як джерело відомостей про витoki українського паблік рилейшнз // Стратегічні напрямки розвитку науки: фактори впливу та взаємодії: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Т. 3), 22 травня, 2020 рік. Суми, Україна: МЦНД. С.10–15.
3. Слюсаренко М. І. Витoki правзірців діяльності паблік рилейшнз в Україні (на прикладі роману П. Куліша «Чорна рада») // «Сучасні світові тенденції розвитку науки, технологій та інновацій»: матеріали II науково-практичної конференції, (м. Одеса, 26-27 червня 2020 р.). – Херсон: Видавництво «Молодий вчений», 2020. С. 132–136
4. Позднишев Є.В. Соціально-психологічні основи формування іміджу суб'єктів спортивної діяльності. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора психологічних наук за спеціальністю 19.00.05 – соціальна психологія; психологія соціальної роботи. Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, Київ, 2019.
5. Ньюсом Д., Ван-Слайк Д.Т., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблік рилейшнз: пер. с англ. М., 2001. 800с.