**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**Тернопільський національний технічний університет**

**імені Івана Пулюя**

Факультет економіки та менеджменту

***Кафедра психології у виробничій сфері***

**Буняк Н.А.**

***РЕКЛАМА***

***І ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ***

*(методичні вказівки для практичних занять)*

***Тернопіль 2018***

Методичні вказівки для практичних занятьщодо вивчення дисципліни „Реклама і паблік рілейшнз” / упорядник Н.А. Буняк.– Тернопіль: вид-во ТНТУ ім. І. Пулюя, 2018. – 20 с.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

**Я.В. Стоцький** – проф., д. мед. н., професор кафедри психології у виробничій сфері Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя

**І.Л. Моначин** – доц., к. психол. н., доцент кафедри психології у виробничій сфері Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пулюя

Розглянуто на засіданні кафедри психології у виробничій сфері та рекомендовано до друку (протокол № 11 від 23 квітня 2018 року)

Рекомендовано до друку методичною радою факультету економіки та менеджменту (протокол № 8 від \_\_ \_\_\_\_\_\_\_ 2018 року)

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1

# Психологічні технології розміщення реклами на різних носіях інформації

План

1. Телевізійна реклама.
2. Аудіореклама.
3. Зовнішня реклама.
4. Транзитна реклама.
5. Друкована реклама: реклама в пресі, поліграфічна продукція.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.
9. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2

# Психологія світла, кольору і форми в рекламі

План

1. Психологія світла в рекламі.
2. Психологія кольору в рекламі.
3. Психологія форми в рекламі.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.
9. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3

# Предмет Паблік Рілейшнз. Доцільність введення і необхідність на сучасному етапі розвитку економіки.

# Основні процеси Паблік Рілейшнз

План

1. Визначення поняття Паблік Рілейшнз (ПР).
2. Причини звернення до ПР.
3. Зміст ПР.
4. ПР і супутні науки.
5. Історичні умови виникнення ПР.
6. Компоненти ПР.
7. Основні комунікативні процеси.
8. Головні канали комунікації і їх характеристика.
9. Техніка написання і виголошення промов.
10. ПР і новітні інформаційні технології.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.
9. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4

# Особливості Паблік Рілейшнз у бізнесовій організації

План

1. Завдання ПР у бізнесі.
2. Мета ПР у бізнесі і шляхи її досягнення.
3. Види реклами.
4. Принципи створення реклами.
5. Правила реклами.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.
9. Обритько Б.А. Реклама і рекламна діяльність: курс лекцій. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5

# Урядові та політичні Паблік Рілейшнз

План

1. “Філософія” урядових ПР.
2. Конкретні завдання в рамках урядових ПР і шляхи розв’язання завдань на заході.
3. Принципи комунікації, що лежать в основі ПР.
4. Висновки.
5. Суть політичних ПР.
6. Зміст політичних ПР.
7. Роль політичних ПР.
8. Президентські вибори в Україні.
9. Комунікативний базис сучасних виборчих компаній.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6

# Кризові Паблік Рілейшнз

План

1. Поняття кризова ситуація.
2. Класифікація криз.
3. Правила роботи в кризовій ситуації.
4. Типові помилки дій в кризовій ситуації.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7

# Міжнародні Паблік Рілейшнз

План

1. Поняття про міжнародні ПР.
2. Складові, що впливають на формування іміджу країни.
3. Україна в міжнародних інформаційних потоках.
4. Можливості виправлення ситуації, що склалася.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8

# Вирішення деяких соціально-психологічних проблем методами Паблік Рілейшнз

План

1. Роль фактору оптимізму-песимізму в сучасному світі.
2. Роль фактору оптимізму- песимізму в історії.
3. Методи виведення людини зі стану песимізму.
4. Можливості подолання песимізму засобами телебачення.
5. Міфічний рівень масової свідомості в аспекті оптимізму-песимізму.
6. Масова людина – психологічні й комунікативні особливості.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

# ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9

# Паблік рілейшнз – як теорія непрямого комунікативного впливу

План

1. Стратегічні комунікації, орієнтовні комунікації, комунікації виразності.
2. Комунікативний базис сучасних виборчих компаній.

**Рекомендована література (Основна)**

1. Блек Сем. Паблик рилейшнз. Что ето такое? / Сем Блек. – М.: Новости, 1989. – 240 с.
2. Frazer P. Seitel The practice of pablic relations. – N.Y ect.: Macmillan, 1992. – 664 p.
3. Блажнов Є.А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованых рыночних и общественных отношений: Учебное пособие для делових людей. – М.: ИМА – Пресс, 1994. – 158 с.
4. Hollis Europe The directory of European public relations and PR networks. – London: Hollis, 1995. – 592 p.
5. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: навчальний посібник. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2000. – 506 с.
6. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації і управління: Навчальний посібник. – К.: МАУП, 2001. – 104 с.
7. Куліш А. Public relations для громадських (недержавних) організацій практичні поради на щодень Українська освітня програма ринкових реформ “Вінрок Інтернешнл”. – К., 2001. – 80 с.
8. Реклама і зв’язки з громадськістю: конспект лекцій. Навчальний посібник. Електронне видання. Укладач М.Г. Житарюк. – Вінниця, 2015. – 165 с. Режим доступу: <http://przhyt.ucoz.ua/>.

**Рекомендована література (Додаткова)**

1. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. – Ростов на Дону: Феникс, 1995. – 448 с.
2. Почепцов Г.Г. Имидж: от фараонов до президентов Строительство воображаемих мифов в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз. – К.: АДЕФ-Украина, 1997. – 328 с.
3. Карнеги Дейл Как вирабативать уверенность в себе и влиять на людей виступая публично. – М.: Изд-во ЕКСМО-Пресс, 2001. – 720 с.
4. Жмириков А.Н. Как победить на выборах. – М.: Титул, 1995. – 128 с.
5. Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б. Политическая психология. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 446 с.
6. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. – М.: Новая школа, 1996. – 352 с.
7. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
8. Денисон Д., Тоби Л. Учебник по рекламе. Как стать известным не тратя денег на рекламу. – Минск: ООО “СЛК”, 1996. – 320 с.
9. Jefkins Frank Public Relations. – London Pitman, 1992. – 340 p.
10. Московичи Серж. Век толпы. Исторический трактат по психологии масс. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1996. – 478 с.
11. Фолли Джо. Энциклопедия знаков и символов. – М.: Вече-АСТ, 1996. – 432 с.
12. Устьянцева С.В. Психология рекламы. Курс лекций. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2010. – 161 с.
13. Мозер Клаус. Психология маркетинга и рекламы / Пер. с нем. – Х.: Из-во Гуманитарный центр, 2004. – 380 с.
14. Аксенова К.А. Реклама и рекламная деятельность: Конспект лекций. – М.: Приор издат, 2005. – 96 с.

ЗМІСТ

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.](#_Toc513286857)

[Психологічні технології розміщення реклами на різних носіях інформації 3](#_Toc513286858)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.](#_Toc513286859)

[Психологія світла, кольору і форми в рекламі 5](#_Toc513286860)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3.](#_Toc513286861)

[Предмет Паблік Рілейшнз. Доцільність введення і необхідність на сучасному етапі розвитку економіки.](#_Toc513286862) [Основні процеси Паблік Рілейшнз 7](#_Toc513286863)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4.](#_Toc513286864)

[Особливості Паблік Рілейшнз у бізнесовій організації 9](#_Toc513286865)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5.](#_Toc513286866)

[Урядові та політичні Паблік Рілейшнз 10](#_Toc513286867)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6.](#_Toc513286868)

[Кризові Паблік Рілейшнз 12](#_Toc513286869)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7.](#_Toc513286870)

[Міжнародні Паблік Рілейшнз 14](#_Toc513286871)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8.](#_Toc513286872)

[Вирішення деяких соціально-психологічних проблем методами Паблік Рілейшнз 16](#_Toc513286873)

[ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9.](#_Toc513286874)

[Паблік рілейшнз – як теорія непрямого комунікативного впливу 18](#_Toc513286875)