

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 1 / 14

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою факультету
педагогічних технологій та освіти

впродовж життя
10 січня 2023 р., протокол № 5
Голова Вченої ради



Оксана ЧЕРНИШ

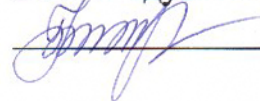
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ОСНОВИ ПАБЛІК-РИЛЕЙШНЗ»

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 053 Психологія
освітньо-професійна програма «Психологія»
факультет педагогічних технологій та освіти впродовж життя
кафедра психології та соціального забезпечення

Схвалено на засіданні кафедри
психології та соціального забезпечення
протокол № 4 від 14 грудня 2022 р.

В.о. завідувача кафедри

 Марина ОКСЮТОВИЧ

Розробники: к. філос. н., доц. кафедри ОКСЮТОВИЧ Марина та к. психол. н.,
доцент ШКАРЛАТЮК Катерина

Житомир
2022 – 2023 н. р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 2 / 14

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Галузь знань 05«Соціальні та поведінкові науки»	Вибіркова	
Модулів – 1	Спеціальність 053 Психологія	Рік підготовки:	
Змістових модулів – 2		1-й	
Загальна кількість годин - 150		Семестр	
		2-й	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 6,4	Освітній ступінь: «магістр»	Лекції	
		16 год.	
		Практичні	
		32 год.	
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		102 год.	
Індивідуальні завдання: -			
Вид контролю: залік			

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 68 % / 32%

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 3 / 14

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Освітня компонента «Основи паблік-релейшнз» належить до циклу фахової підготовки вибіркового освітнього компоненту навчального плану підготовки здобувачів вищої освіти зі спеціальності 053 Психологія, освітньо-професійної програми «Психологія».

Метою дисципліни є формування теоретичної бази знань та практичних навичок здійснення PR-діяльності.

Предметом дисципліни є основи теорії та практики Public Relations.

Завдання:

- формування і розвиток комунікаційних аналітичних здібностей у здобувачів освіти;
- формування уміння планування PR-кампанії, визначати її пріоритетні напрями та комплекс PR-акцій;
- формування та вироблення умінь з ораторської майстерності.

Результати навчання (навички, що отримає здобувач вищої освіти після вивчення навчальної дисципліни):

Здобувач вищої освіти повинен **знати:**

- зміст поняття комунікативні технології, структуру, функції комунікативних технологій.
- зміст поняття «інформаційне суспільство», засади існування і формування інформаційного суспільства.
- специфіку і засади використання різних технологій маніпуляції в процесі організації комунікативного простору.

Здобувач вищої освіти повинен **вміти:**

- будувати ефективну комунікацію на рівні ділових, масових, публічних, організаційних комунікацій. Уміти аналізувати процес комунікації з точки зору доцільності використання різних комунікативних технологій.
- готувати творчі промо-проекти з використанням різних комунікативних технологій.
- забезпечувати ефективні комунікації відповідно до сфери: політичної, культурної, міжнародних відносин тощо.

Набуття соціальних навичок (soft-skills): аналітичне мислення; комунікаційні якості; креативність.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 4 / 14

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Основи PR

1. Основи комунікативної діяльності.

1. Предмет і об'єкт PR як науки та управлінської діяльності.
2. Основні категорії PR.
3. Функції та структура зв'язків із громадськістю.
4. Ролі PR.

2. Історія PR.

1. Реклама та PR в Стародавньому Китаї та Індії.
 - 1) Релігійні світосприйняттєві моделі як основа комунікації в Стародавньому Китаї та Індії.
 - 2) Особливості комунікації в політичній сфері.
 - 3) Використання стратагем в системі комунікації.
2. PR в античному суспільстві.
 - 1) Риторика як засіб здійснення комунікацій з громадськістю.
 - 2) Мистецтво публічного діалогу Сократа.
 - 3) Антична політична реклама та перші спроби регулювання рекламного процесу.
3. PR в Західноєвропейській середньовічній культурі.
 - 1) Еволюція політичної комунікації.
 - 2) Особливості соціальної комунікації прошарків суспільства.
 - 3) Громадські зв'язки християнської церкви. Донаторство.
4. Зв'язки з громадськістю в епоху Відродження.
 - 1) Зміна систем комунікації в Західній Європі в період Відродження.
 - 2) Абсолютна монархія і образ правителя-мецената.
 - 3) Церковна та побутова риторика.
5. Зв'язки з громадськістю в Україні від Київської Русі до XIX ст.
 - 1) Система комунікацій в східнослов'янських державах періоду Київської Русі.
 - 2) Зв'язки з громадськістю в період формування української козацької держави.
 - 3) Особливості політичної комунікації за часів перебування України в складі Російської імперії.

3. PR як робота з громадськістю

1. Поняття «громадськість» у теорії і практиці PR.
2. Типологізація громадськості у практиці PR
3. Цільові та пріоритетні групи громадськості

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 5 / 14

4. Громадська думка та методи її дослідження.
5. Зміст і специфіка суспільної думки.
6. Структура громадської думки: об'єкти, суб'єкти, канали висловлювання.
7. Горизонтальний та вертикальний вимір громадської думки.
8. Природа громадської думки як стану масової свідомості.
9. Функції суспільної думки. Критерії і показники соціальної зрілості.
10. Функціонування громадської думки в соціально-економічній сфері суспільства.
11. Громадська думка і політика.
12. Громадська думка у культурній сфері суспільства.

4. Захист інформації при здійсненні зв'язків з громадськістю.

1. Основні види конфіденційної та відкритої інформації.
2. Система захисту конфіденційної інформації
3. Основні джерела, канали витоку та методи отримання інформації про конкурентів.
4. Відповідальність за порушення правил захисту конфіденційної інформації.

5. Інформаційна продукція PR-служб.

1. Зміст та функції PR-документа.
2. Підготовчий етап створення PR-документа.
3. Базові документи для ЗМІ.
4. Базові документи для спілкування з клієнтами та партнерами.
5. Базові PR-документи компанії.
6. Корпоративні газети та журнали.
7. Складові прес-кіту.

6. PR-діяльність та організація співпраці з мас-медіа.

1. Масові комунікації та засоби масової інформації
2. Загальні правила відносин із ЗМІ
3. Робота з пресою
4. Робота з радіо та телебаченням
5. Інтернет у PR

7. Управління інформацією і конструювання новин

1. Управління засобами масової інформації та інформацією
2. PR як технологія виробництва та смислового позиціонування новин для ЗМІ
3. Етапи, логіки, механізми управління інформацією
4. Формування власного інформаційного потоку

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 6 / 14

5. Сегментування інформаційного потоку, маніпулювання інформацією
6. Пріоритетне постачання інформації, інформаційне партнерство
7. Оптимізація форми та стилю подачі матеріалів
8. Прийоми створення та посилення новин
9. Основна та додаткова «вага» новини

Змістовний модуль 2. PR-технології.

8. PR -кампанія: підготовка, планування та проведення.

1. Планування, координація та контроль за реалізацією програми.
2. Основні моделі управління зв'язками з громадськістю:
 - a. RACE – дослідження; планування та програмування дій; комунікація та дії; оцінка.
 - b. FPCE - пошук фактів; планування, комунікація, оцінка;
 - c. ROPE - дослідження; цілі; програмування; оцінка;
 - d. ROPES - дослідження; цілі; програмування; оцінка; управління.
3. б-елементна модель процесу PR Ф. Джефкінса.
4. Модель П.Гріна.

9. PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка.

1. Управління PR-процесом
2. Етапи PR-програми.
3. Перший етап: визначення PR-проблеми.
4. Другий етап: планування та програмування.
5. Третій етап: дія та комунікація
6. Четвертий етап: оцінювання PR-програми.

10. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті

1. Типи комунікації в Інтернеті і їх конвергенція з традиційними комунікаційними принципами і можливостями.
2. Особливості роботи з цільовими аудиторіями в Інтернеті.
3. Блоги та блогосфера як поле для PR-технологій.
4. Організація і проведення PR-кампаній в Інтернеті.

11. Соціальні кампанії: спонсоринг і фандрайзинг

1. Поняття спонсорингу, меценатство та фандрайзинг.
2. Переваги спонсорства.
3. Підстави для виділення коштів.
4. Мотиви виділення коштів при фандрайзингу.
5. Структура і зміст спонсорського пакету.
6. Лист-запит і заявка потенційним спонсорам.

12. Іміджеві кампанії у зв'язках з громадськістю

1. Визначення вимог аудиторій.
2. Формулювання характеристик в складовій іміджу.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 7 / 14

3. Переклад вибраних характеристик в різні контенти (візуальний, вербальний, подієвий, контекстний, сімейний тощо).
4. Складання медіаплану і плану кампанії з просування іміджу.

13.Репутаційні кампанії у зв'язках з громадськістю.

1. Репутація як основна мета діяльності зв'язків з громадськістю.
2. Тимчасові особливості кампаній з підтримки репутації.
3. Технології спін-доктора в роботі з підтримки репутації фірми або особи в умовах кризових загроз.

14.PR-управління кризою.

1. Поняття кризи.
2. Криза: причини, фактори, наслідки.
3. Підготовка до кризи та її початок. Перевірка готовності до кризи.
4. Процеси та проблеми управління кризою.
5. Методи запобігання кризі. Рекомендації щодо запобігання кризі.
6. Комунікації в ситуації кризи.
7. Визначення кризового менеджменту і його цілей.
8. Профілактика криз.
9. Можливості комунікаційного менеджменту з порятунку репутації.
- 10.Розробка антикризової стратегії.
- 11.Етапи кампанії по виходу з кризи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 8 / 14

4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Денна форма			
	Усього	у тому числі		
		лекції	практичні	самостійна робота
1	2	3	4	7
Тема 1. Основи комунікативної діяльності	10	2	2	6
Тема 2. Історія PR	10	2	2	6
Тема 3. PR як робота з громадськістю	10	2	2	6
Тема 4. Захист інформації при здійсненні зв'язків з громадськістю	8		2	6
Тема 5. Інформаційна продукція PR-служб	8		2	6
Тема 6. PR-діяльність та організація співпраці з мас-медіа	10		2	8
Тема 7. Управління інформацією і конструювання новин	14	2	4	8
Всього	70	8	16	46

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1			Арк 9 / 14
Тема 8. PR - кампанія: підготовка, планування та проведення	14	2	4	8
Тема 9. PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка	12	2	2	8
Тема 10. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті	10		2	8
Тема 11. Соціальні кампанії: спонсоринг і фандрайзинг	10		2	8
Тема 12. Іміджеві кампанії у зв'язках з громадськістю	12	2	2	8
Тема 13. Репутаційні кампанії у зв'язках з громадськістю	12	2	2	8
Тема 14. PR-управління кризою	10		2	8
Всього	80	8	16	56
Разом	150	16	32	102

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 10 / 14

5. Теми практичних занять

(денна форма навчання)

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1.	Основи комунікативної діяльності	2
2.	Історія PR	2
3.	PR як робота з громадськістю	2
4.	Захист інформації при здійсненні зв'язків з громадськістю	2
5.	Інформаційна продукція PR-служб.	2
6.	PR-діяльність та організація співпраці з мас-медіа	2
7.	Управління інформацією і конструювання новин	4
8.	PR -кампанія: підготовка, планування та проведення	4
9.	PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка.	2
10.	Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті	2
11.	Соціальні кампанії: спонсоринг і фандрайзинг	2
12.	Іміджеві кампанії у зв'язках з громадськістю	2
13.	Репутаційні кампанії у зв'язках з громадськістю.	2
14.	PR-управління кризою	2
	Разом	32

6. Самостійна робота

1. Основи комунікативної діяльності.

Історичні моделі послідовного розвитку та розширення функцій PR.

2. Історія PR.

Особливості політичної комунікації за часів перебування України в складі Російської імперії.

3. Зв'язки з громадськістю в Західній Європі та Північній Америці у XX ст.

Уолтер Ліпман та його твір «Громадська думка» (1922).

4. PR як робота з громадськістю.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 11 / 14

Функції суспільної думки. Критерії і показники соціальної зрілості.

5. Відділи PR

Як можуть взаємодіяти PR-менеджер та керівництво організації.

6. Управління системою Public Relations

Корпоративні кодекси.

7. Захист інформації при здійсненні зв'язків з громадськістю

Методи отримання інформації про конкурентів.

8. Інформаційна продукція PR-служб

Складові прес-кіту.

9. PR-діяльність та організація співпраці з мас-медіа.

Інтернет у PR.

10. Управління інформацією і конструювання новин.

Клубний вечір (party).

11. PR - кампанія: підготовка, планування та проведення

Модель П.Гріна..

12. PR-програми: планування, проведення PR-акцій та оцінка.

Етапи PR-програми: загальна характеристика.

13. Модульні технології у реалізації PR-проектів

Кульмінаційна дія

14. Структура і зміст PR-брифу. Бюджет кампанії

Способи розрахунку бюджету.

15. Особливості організації PR-кампаній в Інтернеті

Організація і проведення PR-кампаній в Інтернеті.

16. Соціальні кампанії: спонсоринг і фандрайзинг

Лист-запит і заявка потенційним спонсорам

17. Іміджеві кампанії у зв'язках з громадськістю

Складання медіаплану і плану кампанії з просування іміджу.

18. Репутаційні кампанії у зв'язках з громадськістю

Технології спін-доктора в роботі з підтримки репутації особи в умовах кризових загроз.

19. PR-управління кризою

Етапи кампанії по виходу з кризи.

20. Етичні основи Public Relations

Професійні організації.

7. Індивідуальні завдання

Підготовка рефератів та написання есе щодо проблемного питання за темою заняття.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 12 / 14

8. Методи навчання

Лекція, практичні заняття, самостійна робота з літературою, аналіз першоджерел, виконання творчих завдань, індивідуально-контрольна бесіда.

9. Методи контролю

Поточний контроль, усне опитування, перевірка рівня засвоєння тем, винесених на самостійне опрацювання, модульна контрольна робота, екзамен.

Об'єктом оцінювання знань студентів є програмний матеріал дисципліни різного характеру і рівня складності, засвоєння якого відповідно перевіряється під час поточного контролю і на екзамені. Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Поточний контроль. В процесі поточного контролю здійснюється перевірка запам'ятовування та розуміння програмного матеріалу, набуття вміння висловлювати власну думку, опрацювання, публічного та письмового викладу (презентації) певних питань освітньої компоненти.

При **перевірці рівня засвоєння тем, винесених на самостійне опрацювання** оцінці підлягають: самостійне опрацювання окремих питань теми, написання рефератів.

При виконанні **модульних (контрольних) завдань** оцінці підлягають: тести, виконання письмових завдань під час проведення контрольних робіт, виконання індивідуальних завдань, інші завдання.

Система підсумкового контролю. Формою підсумкового контролю є екзамен. Студент має право не складати екзамен і отримати оцінку за результатами ПМК, якщо він виконав всі види навчальної роботи без порушення встановлених термінів і отримав позитивну (за національною шкалою) підсумкову оцінку і позитивно (більш ніж на 60 балів) вирішив тестові завдання.

Якщо студент отримав незадовільну оцінку або не згоден з оцінкою за результатами ПМК, він повинен скласти екзамен.

10. Розподіл балів

Поточне тестування та самостійна робота														Сума
Змістовий модуль 1							Змістовий модуль 2							
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	100
7	7	7	7	7	7	8	7	7	7	7	7	7	8	

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 13 / 14

Шкала оцінювання

За шкалою	Екзамен	Залік	Бали
A	Відмінно	Зараховано	90-100
B	Добре	Зараховано	82-89
C			74-81
D	Задовільно	Зараховано	64-73
E			60-63
FX	Незадовільно	Не зараховано	35-59
F		Не зараховано	0-34

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015	Ф-31.07- 05.01/053.00.2/М/ВК- 2022
	Екземпляр № 1	Арк 14 / 14

11. Рекомендована література

Основна література

1. Була С. П. Свідерська О. І. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Політикус : наук. журнал.* 2020. № 4. С. 21–25. <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10335/1/Bula%2c%20Sviderska.pdf>
2. Милосердна І.М. Імідж політичного лідера як категорія PRтехнології. *Актуальні проблеми політики.* 2019. Вип. 4. С. 118 – 133.
3. Сучасні технології нейролінгвістичного програмування; за заг. ред. С. О. Гнатюка, О. А. Смірнова, В. М. Петрика. Київ: ВД «Сварог», 200 с.

Допоміжна література

1. Твердохліб О., Гайович Г. Сугестія та її прояви в сучасному інформаційному просторі держави. *Науковий вісник: Державне управління.* 2022, 1(11). С. 222–239. [https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-1\(11\)-222-239](https://doi.org/10.33269/2618-0065-2022-1(11)-222-239)
2. Bacik R., Gavurova B., Gburova J. Political Marketing: Impact of Public Relations on the Change in Voter Behaviour of Consumers (Voters) / R. Bacik., // *Marketing and management of innovations.* 2021. № 2. С. 40-48. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2021_2_5
3. Pavlova O. O. Directions of public relations technologies of the national guard in Ukraine. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія.* 2021. Вип. 47(2). С. 57-60. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2021_47\(2\)_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_filol_2021_47(2)_15).
4. Slyusar V., Kozlovets M., Horokhova L., Chaplinska O. Phenomenon of targeted advertising in postpanoptic society. *Humanities Studies: Collection of Scientific Papers.* 2021. 8 (85). P. 48–56. doi: <https://doi.org/10.26661/hst-2021-8-85-05>
5. Slyusar V. M., Shkil L. L., Slyusar M. V. Substantive approach to the definition of "advertising": philosophical and communicative aspect. *Zhytomyr Ivan Franko State University Journal. Philosophical Sciences.* 2021. 9 (86). P. 103 – 112. doi: [https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2\(90\).2021.103-112](https://doi.org/10.35433/PhilosophicalSciences.2(90).2021.103-112)

12. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Електронна бібліотека Державного університету «Житомирська політехніка» <http://eztuir.ztu.edu.ua/>
2. Бібліотека українських підручників [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://pidruchniki.ws/>
3. Електронні ресурси Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.nbuv.gov.ua/node/2116>