

ПАБЛІК РІЛЕЙШНЗ



Рекомендаційний список літератури

Чернігів 2018

Паблік рілейшнз : реком. список л-ри / уклад. С. Л. Бондар. – Чернігів : ЧНТУ ; Наукова бібліотека, 2018. – 78 назв. – 7 с.

Паблік рілейшнз - це система зв'язків з громадськістю, що передбачає планомірно здійснювані зовнішні і внутрішні комунікації між організацією та її громадськістю з метою поліпшення взаємин і досягнення між ними взаєморозуміння. Паблік рілейшнз стосується будь-якої організації і існує незалежно від того, хочете ви цього чи ні. Організація може не користуватися рекламою, але будь-яка організація так чи інакше залучена в паблік рілейшнз. Паблік рілейшнз пов'язаний з усіма комунікаціями всієї організації. Це одна з найбільш великих маркетингових дисциплін, що включає в себе взаємодії з навколишнім середовищем, в ході яких організація вступає в контакт з аудиторією для донесення корпоративних повідомлень. Розумінню сприяє репутація, набутий досвід, культурні чинники. Важливими складовими більшості програм паблік рілейшнз для завоювання надійної репутації є створення атмосфери довіри і реалізація певної стратегії.

Рекомендаційний список літератури розрахований на студентів, які навчаються за спеціальностями «Маркетинг» і «Менеджмент», аспірантів, викладачів та всіх, хто цікавиться даним питанням. Список включає в себе книги та статті з періодичних видань з фонду Наукової бібліотеки ЧНТУ.

КНИГИ

Блэк, С. Введение в Паблик рилейшнз / С. Блэк. – Ростов н/Д : Феникс, 1998. – 320 с.

Блэк, С. Паблик рилейшнз: что это такое? / С. Блэк. – М. : Модино-пресс, 1990. – 240 с.

Доти, Д. И. Паблсити и паблик рилейшнз : [пер. с англ.] / Дороти Доти. – М. : Информ.-изд. дом "Филинь", 1996. – 283 с.

Китчен, Ф. Паблик рилейшнз: принципы и практика : учебное пособие для вузов / Ф. Китчен. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 443 с.

Лебедева, Т. Ю. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски. Концепции. Практика / Т. Ю. Лебедева ; отв. редактор Я. Н. Засурский. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 134 с.

Моисеев, В. А. Паблик рилейшнз. Теория и практика / В. А. Моисеев. – К. : ВИРА-Р, 1999. – 376 с.

Паблік рілейшнз : конспект лекцій для студентів напряму підготовки 6.030508 "Фінанси і кредит" заочної форми навчання / уклад. : О. В. Рогова. – Чернігів : ЧНТУ, 2014. – 62 с.

Пасмуров, А. Я. Как эффективно подготовить и провести конференцию, семинар, выставку / А. Я. Пасмуров. – С.-Пб. : Питер, 2006. – 265 с.

Пашенцев, Е. Н. Паблик рилейшенз: от бизнеса до политики / Е. Н. Пашенцев. – 2-е изд. - М. : Финпресс, 2000. – 229 с.

Почепцов, Г. Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / Г. Г. Почепцов. – 2-ге изд., випр. і допов. – К. : Знання, 2004. – 373 с.

Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; Ваклер, 2000. – 349 с.

Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшенз для профессионалов / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. – М. : Рефл-бук, 2003. – 622 с.

Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Центр, 2004. – 331 с.

Почепцов, Г. Г. Паблік рілейшнз : навч. посіб. / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2000. – 508 с.

СТАТТІ

Абчук, В. Связи с общественностью / В. А. Абчук // Коммерция : учебник / В. А. Абчук. – С.-Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2000. – С. 253-262.

Белянский, С. Беги PR-щик, беги! / С. Белянский, О. Белянская // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 12. – С. 34-36.

Березнеко, В. В. Соціальні комунікації в контексті становлення громадянського суспільства в Україні / В. В. Березнеко // Держава та регіони. Серія Державне управління. – 2009. – № 1. – С. 17-20.

Березовская, Н. "PR - это осознанный процесс управления коммуникацией" / Н. Березовская // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 4. – С. 28-30.

Братко, О. С. Паблік-рїлейшнз (зв'язки з громадкїстю) / О. С. Братко // Маркетингова полїтика комунакацїй : навчальний посїбник / О. С. Братко. – Тернополь : Карт-бланш, 2006. – С. 190-224.

Владимирська, Г. О. Паблік рїлейшнз-створення імїджу / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський // Реклама : навчальний посїбник / Г. О. Владимирська, П. О. Владимирський. – К. : Кондор, 2006. – С. 86-108.

Гаман, Т. В. Роль і значення зв'язків з громадськїстю у формуванні позитивного імїджу органїв державної влади / Т. В. Гаман, О. А. Андрїйчук // Університетські наукові записки. – 2011. – № 4. – С. 408-416.

Герцберг, М. Агенств бояться - в PR не ходить! или что в сфере PR украинские компании делают своими силами и за чем обращаются в агентства / М. Герцберг // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 7-8. – С. 75-78.

Гїрченко, Т. Д. Комунакацїйна полїтика / Т. Д. Гїрченко, О. В. Дубовик // Маркетинг : навчальний посїбник / Т. Д. Гїрченко, О. В. Дубовик. – К. : ІНКОС, 2007. – С. 219-249.

Глушенко, К. С. Зарубїжний досвід підготовки фахівцїв у сферї державного PR / К. С. Глушенко // Інвестицїї: практика та досвід. – 2016. – № 16. – С. 85-88.

Грамотнєв, В. Світова практика використання маркетингу для залучення іноземних інвестицїй / В. Грамотнєв // Маркетинг в Україні. – 2003. – № 5. – С. 32-36.

Гунин, А. Паблік рїлейшнз как орудие создания и управления общественным мнением / А. Гунин, Казимеж Райхель, Ян Адамчик // Держава та регіони. Серія Економїка та підприємництво. – 2007. – № 5. – С. 27-32.

Гурская, Н. "Паблік рїлейшнз" как основной метод формирования престижной репутации в политике и бизнесе / Н. Гурская // Маркетинг и реклама. – 2000. – № 5-6. – С. 22-23.

Деловое общение // Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебник для вузов / под ред. Л. Е. Стровского. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 1999. – С. 779-816.

Деревянко, Е. Репутация: реальность и спекуляции / Е. Деревянко // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 4. – С. 24-26.

Дмитриева, Е. Особенности организации и проведения пресс-тура / Е. Дмитриева // Маркетинг и реклама. – 2012. – № 3. – С. 56-60.

Донїй, Н. Є. Імїдж соціальної служби: напрямки формування та управління / Н. Є. Донїй, С. П. Марченко // Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1 : Економїка : зб. наук. праць. : Вип. № 1 (5). – Чернігів : ЧДІЕУ, 2010. – С. 131-146.

Кїндїй, М. В. Проблема масштабування та персоналізацїї PR-заходїв підприємства / М. В. Кїндїй, Н. Т. Гринїв, І. О. Білоконний // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" : збірник наукових праць / відп. ред. Н. І. Чухрай. № 863 : Логїстика. – Львів : Львівська політехніка, 2017. – С. 77-81.

Коновалова, М. Задачи социальной реабилитации решаются всем миром / М. Коновалова // Библиотека. – 2001. – № 9. – С. 31-32.

Королько, В. В поисках теории мультикультурных паблік рїлейшнз / В. Королько // Социология: Теория, методы, маркетинг. – 2002. – № 3. – С. 28-41.

Королько, В. К вопросу о социальной роли и этике паблік рїлейшнз / В. Королько // Социология: Теория, методы, маркетинг. – 2000. – № 1. – С. 62-75.

- Королько, В. Паблик рилейшнз и репутационный менеджмент** / В. Королько // Социология: Теория, методы, маркетинг. – 2001. – № 1-2. – С. 108-116.
- Королько, В. Особенности национального " пиара "** / В. Королько, О. Гавриш // Маркетинг и реклама. – 2002. – № 3. – С. 10-12.
- Королько, В. Социетальная культура и паблик рилейшнз** / В. Королько, О. Некрасова // Социология: Теория, методы, маркетинг. – 2006. – № 4. – С. 161-173.
- Королько, В. Паблик рилейшнз: проблемы образования** (Международный опыт и ураинские реалии) / В. Королько, О. Некрасова // Социология: Теория, методы, маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 169-184.
- Куденко, Н. Паблік рілейшнз на варті позитивного іміджу банку** / Н. Куденко // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 1. – С. 40-43.
- Кузмишина, Т. Так как нас все-таки называть?** : [общение библиотекаря с читателем] / Т. Кузмишина // Библиотека. – 2001. – № 5. – С. 24-25.
- Литовченко, І. Рr-заходи як елемент маркетингових комунікацій вищого навчального закладу** / І. Литовченко, І. Жарська // Економіст. – 2016. – № 11. – С. 19-25.
- Лозова, О. Рекламна діяльність у системі заходів з просування товарів** / О. Лозова // Держава та регіони. Серія Економіка та підприємництво. – 2007. – № 2. – С. 151-155.
- Лук'янець, Т. І. Організація роботи з громадськістю (паблік-рілейшнз)** / Т. І. Лук'янець // Маркетингова політика комунікацій : навч. посібник / Т. І. Лук'янець. – К. : КНЕУ, 2000. – С. 126-172.
- Майдебура, Е. В. Маркетинг в банковской сфере** / Е. В. Майдебура // Маркетинг услуг. – К. : ВИРА-Р, 2001. – С. 487-511.
- Мамалига, С. В. Вплив реклами і «паблік-рілейшнз» на діяльність кондитерської корпорації «Roshen»** / С. В. Мамалига, О. М. Герасимчук // Вісник Чернігівського державного технологічного університету : збірник / № 2 (50). – Чернігів : ЧДТУ, 2011. – С. 166-170.
- Мацкевич, П. Є лише дві альтернативи і один вихід** / П. Мацкевич, К. Мацкевич (Сладкевич) // Маркетинг в Україні. – 2011 – № 5-6. – С. 46-50.
- Мунін, Г. Б. Маркетингові комунікації в туризмі** / Г. Б. Мунін // Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти : підручник / Г. Б. Мунін, В. О. Лук'янов, В. В. Гарагонич. – К. : Кондор, 2011. – С. 270-375.
- Нестеров, Д. РРавильная эволюция: от эффективности к эффективности** / Д. Нестеров // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 4. – С. 57-60.
- Организация паблик рилейшнз на предприятии** // Рекламная деятельность : учебное пособие / под ред. Ф. Г. Панкратова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Информ.-внедренческий центр, 2000. – С. 265-287.
- Осипова, Л. Роль паблик рилейшнз в управлении коммерческой деятельностью в России** / Л. В. Осипова, И. М. Синяева // Основы коммерческой деятельности : учеб. пособие для вузов / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – М. : ЮНИТИ, 2000. – С. 562-590.
- Отношения фирмы с общественностью, "Паблик рилейшнз"** // Маркетинг во внешнеэкономической деятельности. Терминологический словарь. – М. : Международные отношения, 1992. – С. 129.

Паблік рилейшнз в системі маркетинга українського підприємства : [матеріали круглого столу] // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 4. – С. 39-45.

Пазуха, М. Д. Реклама як складова маркетингових комунікацій у зовнішньоекономічній діяльності / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович // Реклама у підприємницькій діяльності : навчальний посібник / М. Д. Пазуха, М. В. Ігнатович. – К. : ЦУЛ, 2006. – С. 27-35.

Пашенцев, Е. Н. Мир бизнеса публік рилейшнз / Е. Н. Пашенцев // Паблік рилейшенз: от бизнеса до политики. – 2-е изд. – М. : Финпресс, 2000. – С. 8-31.

Пивовар, М. Маркетинг у сфері вищої освіти / М. Пивовар, К. Каліцінська // Держава та регіони. Серія Економіка та підприємництво. – 2008. – № 2. – С. 173-178.

Плис, Р. Ресурс, который всегда с вами / Р. Плис // Маркетинг и реклама. – 2002. – № 12. – С. 27-29.

Почепцов, Г. Г. Менеджер публік рилейшнз как профессия / Г. Г. Почепцов // Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, 2001. – С. 35-46.

Почепцов, Г. Г. Паблік рилейшнз и имиджология / Г. Г. Почепцов // Информационные войны. – К. : Ваклер, 2000. – С. 216-221.

Реклама туристського продукту // Маркетинг турпродукту : підручник / Ю. О. Карягін, З. І. Тимошенко, Т. О. Демура, Г. Б. Мунін. – К. : Кондор, 2010. – С. 205-240.

Ромат, Е. В. Паблік рилейшнз / Е. В. Ромат // Реклама : учеб. пособие / Е. В. Ромат. – 3-е изд., перераб. и доп. – К. : Студцентр, 2000. – С. 149-151.

Сапіжак-Голбан, С. Формування іміджу як одне із завдань Public Relations (PR) / С. Сапіжак-Голован // Гуманітарні науки і сучасність : Збірник наукових праць. – К. : КНТЕУ, 2001. – С. 196-204.

Сирота, В. Комунікаційна політика як фактор стабілізації діяльності банку в кризовий період / В. Сирота // Вісник НБУ. – 2013. – № 7. – С. 62-66.

Система маркетингових комунікацій // Маркетинг : учебник / под ред. А. Н. Романова. – М. : Банки и биржи; ЮНИТИ, 1996. – С. 236-262.

Слободчуков, Д. Методи і технології протидії "чорному" піару в конкурентній боротьбі підприємств / Д. Слободчуков // Аграрна наука і освіта. – 2007. – № 3-4. – С. 151-155.

Смит, П. Р. Паблісити и паблік рилейшнз / П. Р. Смит // Маркетинговые коммуникации: комплексный подход : пер. со 2-го англ. изд. / П. Р. Смит. – К. : Знання-Прес, 2003. – С. 483-517.

Спіріна, Л. Паблік рилейшнз та його методи у формуванні репутації банку / Л. Спіріна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 11. – С. 31-35.

Станьковська, І. Маркетингові комунікації в регіональному економічному розвитку / І. Станьковська // Регіональна економіка. – 2000. – № 1. – С. 70-75.

Ступницький, О. І. Особливості використання інструментарію PR для стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності / О. І. Ступницький // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9. – С. 77-85.

Тихомирова, Е. Связи с общественностью в Украине: трудный путь становления / Е. Тихомирова // Весник МГУ. Сер. "Социология и политология". – 2003. – № 3. – С. 127-138.

Тодорова, О. Сторителлинг как инновационный PR-инструмент / О. Тодорова // Маркетинг и реклама. – 2016. – № 2. – С. 38-45.

Федоришин, И. Проблема измерений в практике PR / И. Федоришин // Маркетинговые исследования в Украине. – 2016. – № 6. – С. 20-25.

Федорів, Т. В. Сучасні концепції паблік рилейшнз та їх зв'язок із репутацією органів державної влади / Т. В. Федорів // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 5. – С. 122-124.

Чобаль, Л. Ю. Формування інтегрованих маркетингових комунікацій підприємництва в сфері сільського аграрного туризму / Л. Ю. Чобаль // Формування ринкових відносин в Україні. – 2018. – № 2. – С. 88-93.

Шевченко, А. Грамотный PR - это диалог компании с вашей целевой аудиторией / А. Шевченко // Маркетинг и реклама. – 2018. – № 4. – С. 34-35.

Шевченко, О. Особливості застосування PR у публічному управлінні / О. Шевченко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2016. – № 3 (7). – С. 47-56.

Шепель, А. Кит, на котором держится PR : [пресс-кит - пакет информационных материалов, предоставляемых журналистам] / А. Шепель // Маркетинг и реклама. – 2006. – № 3. – С. 48-50.

Эти многоликие паблік рилейшнз... : [блиц-опрос ведущих украинских экспертов] // Маркетинг и реклама. – 2007. – № 4. – С. 19-27.