**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

# Основна

1. Аги У., Камерон Г., Олт Ф., Уилкокс Д. Самое главное в PR/ пер. с англ.- СПб.: Питер, 2004.- 560с.
2. Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров. Учебник.- М.: ИКФ

«ЭКСМОС», 2003 г.- 480 с.

1. Балабанова Л.В., Савельєва К.В. Зв’язки з громадськістю. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2007. – 394 с.
2. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы “паблик рилейшнз”. – 2-е изд. – М.- СПб.: Питер, 2004. – 204 с.
3. Белов А. Теория и практика связей с общественностью. - Ростов н/Д, 2005.-208 с.
4. Берн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимо отношений. – М.: Эксмо-Пресс, 2003.
5. Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. - Ростов н/Д, 2005. - 320 с.
6. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? - М., 1989.
7. Гамаюнов Б.П., Дятлова Г.Н. Кураж от продаж. Книга для продавцов и их начальников. – СПб.: Питер, 2007. – 224 с.
8. Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз. 2-е издание.- СПб.: Издательский Дом “Нева”, 2004. 256 с.
9. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз: Учебное пособие для вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 416 с.
10. Доти Дороти И. Паблисити и паблик рилейшнз /Перевод с англ. Издание 2-е, стереотипное – М.: Информационно-издательскийдом “Филинъ”, 1998. – 288 с.
11. Игнатьев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольная энциклопедия

Public Relations.- М.: Альпина Паблишер, 2002.-229 с.

1. Катлип, Скотт, М., Сентер, Аллен, Х., Брум, Глен, М.Паблик рилейшнз. Теория и практика.- М.: Издательский дом “Вильямс”, 2000.-624 с.

15. Кириллова Н. Медиа-культура. - М., 2005. - 448 с.

1. Королько В.Г. Паблікрилешнз. Наукові основи, методика, практика.

Підручник, 2-е вид. Доп.-К.: Видавничий дім “Скарби”, 2001.- 400с.

1. Кошелюк Мирослав. Эффективное PR-мышление. Мастер класс для начинающих и профессионалов.-М., Альбина бизнес-букс,-2008.-224
2. Кривоносов А.Д. PR – текст в системе публичных коммуникаций.- 2-е изд., доп.- СПб.: «Петербургское Востоковедение», 2002.- 288 с.
3. Коханов Е.Ф. Теоретические и методологические основн PR-

деятельности (социологический аспект). - М., 2004. - 202с.

1. Кузнецов В.Ф. Связи с общественностью. Теория и технологии. -М., 2005.-300с.
2. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика. - К, 2000. - 368с.
3. Мехлер Г. Власть и магия ПР. - СПб., 2004. - 172с.
4. Мей К. Інформаційне суспільство. - Київ, 2004. - 220с.
5. Моисеев В.А. PR: теория и практика. - К, 1999. - 376с.
6. Поплавський М.М. Азбука паблік рілейшнз. - К., 1997. - 315с.
7. Поплавський М.М. 20 принципів управління, або як керувати собою і людьми. - К.: “Дельта”, 2006. – 126 с.
8. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - М.: “Рефл-бук”, “Ваклер”. – 1999. – 624 с.
9. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. - М., 2004. - 336с.
10. Українське законодавство: засоби масової інформації. - К, 2004. -368с.
11. Чумиков А.Н. Связи с общественностью: Учебное пособие. 3-е изд.- М.: Манн, Иванов и Фебер, 2006.-552 с.
12. Хейг М. Электронный Public Relations. М.: ФАИР-ПРЕСС. 2002. ¾ 192 с.
    1. Енциклопедичний словник PR та реклами. М.: 2003. 125 с.
    2. Якушев М.А. Прес-реліз / / PR в Росії. 2004. № 1. С. 37.

# Додаткова

1. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и полититической психологии/ А.П. Назаретян. СПб.: Питер, 2003. – 192 с.
2. Анти кризисный PR и консалтинг/ А. С. Ольшевский. СПб.: Питер, 2003. – 432 с.
3. Блажнов Е. А. Паблик рилейшнз. Приглашение в мир цивилизованных рыночных и общественных отношений: Учебное пособие для деловых людей.– М.: ИМА-Пресс, 1994. –158 с.
4. Бодуан Жан-Пьер. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство: Пер. с фр. – М.: Консалтинговая группа “ИМИДЖ- Контакт”: ИНФРА, 2001. – 233 с.
5. Браун Л. Имидж – путь к успеху. – СПб.: Питер, 1996. – 284 с.
6. Буари Филипп А. Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия: Пер. с фр.

– М.: Консалтинговая Группа “ИМИДЖ-Контакт”: ИНФРА, 2001. – 178с.

1. Варкута С. А., Егоров Ю. Н. Связи с общественностью: Учебноепособие М.: ИНФРА. 246 с.
2. Викентьев И. Л. Приемы рекламы и publik relations. ПРОГРАММЫ- КОНСУЛЬТАНТЫ: 400 примеров, 200 учебных задач, 20 Практических приложений, СПб., консалтинговаяфирма “ТРИЗ-ШАНС”, “Изд. дом “Бизнес- Пресса”, 2002.– 380 с.
3. Горкина М. Б., Мамонтов А. А., Манн И. Б. PR на 100%: как стать хорошим менеджером по PR. М.: Альпина Паблишер, 2003. 214 с.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. – М.: ЧеРо, Изд-во МГУ, 1996. – 334 с.
5. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс. СПб.: Питер, 2005. 240 с.
6. Игнатьев Д., Бекетов А., Сарокваша Ф. Настольна энциклопедия

Public Relations. М.: Альпина Паблишер, 2002. 229 с.

1. Калиберда Е. Г. Связи с общественностью: вводный курс. Учебноепособие. М.: Логос. - 120 с.
2. Карпушин Д., Чикирова С. Прес-релиз: правила составления.- М.: Вершина,- 2007.-224 с.
3. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер,

– 2000. – 528 с.

Кузнецов М. А., Цыркунов И. В. Практическая психология PR и журналистики. Как позволить другим делать по-вашему. Учебно-методическое пособие. М.: «РИП-холдинг», 2002. - 148 с.

1. Лебедева Т. Искусство обольщения. Паблик рилейшнз по-французски.

– М., 1996. – 136 с.

1. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системне модели, технологии.-М.: МГУ-L’Harmattan, 2007.- 224 с.
2. Лебон Густав. Психология народов и масс. – СПб.: Манет, 1986. –

316с.

1. Лукашев А. В., Пониделко А. В. Черный PR как способ овладения

властью, или Бомба для имиджмейкера. 3-е изд, испр. и доп. СПб.: Изд. Дом

«Бизнес-Пресса», 2002. - 176 с.

1. Мехлер Г. Власть и магия PR. Спб.: Питер, 2004. 173 с.
2. Михалкович В. И. Изобразительный язик средств массовой коммуникации. – М.: Наука, 1986. – 224 с.
3. Михальская А. К. Русский Сократ. Лекции по сравнительной исторической риторике. М.: Academia, 1996. – 192с.
4. Моисеев В. А. Паблик рилейшнз. Теория и практика. – К.:ВИРА-Р, 1999. – 376 с.
5. Музыкант В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. М.: Армада-пресс, 2002. – 688 с.
6. Мюррей А. PR. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003. - 192 с.
7. Невзлин Л. Б. Паблик рилейшнз. Кому этонужно? – М.: Экономика, 1993. – 222 с.
8. Оливер С. Стратегия в Пабликрилейшнз. СПб.: Издательский дом

«Нева», 1993. –160 с.

1. Ольшанский Д. В. Психология масс. СПб.:Питер, 2002.- 368 с.
2. Паблик рилейшнз. Связи с общественностью в сфере бизнеса.- М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1999. - 352 с.
3. Паблисити: жми сюда/ Э.Гартон. Спб.: Питер, 2003. 267 с.
4. Пашенцев Е. Н. Паблик рилейшнз от бизнеса до политики. 2-е изд. –

М.: Финпресс, 2000. – 240 с.

1. Полторак В. А. Социология общественного мнения: Учебное пособие. Киев – Днепропетровск: Центр «Социополис» - Издательство «Арт-Пресс», 2000. - 264 с.
2. PR: международная практика. – М.: Издательскийдом “Довгань”, 1997. – 180 с.
3. PR сегодня: нове подходы, исследования, международная практика / Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа “ИМИДЖ-Контакт”; ИНФРА- М, 2002. – XII, 497 с.
4. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 576 с.
5. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз: Навчальний посібник. – К.: Т-во

“Знання”, КОО, 2000. – 506 с.

1. Роджер Хейвуд. Все о Public Relations / Пер. с англ. – М.: Лабораториябазовых знаний, БИНОМ, 1999. – 256 с.
2. Рюкле Хорст. Ваше тайное оружие в общении: мимика, жест, движение. – М.: Интер эксперт, 1996. – 280 с.
3. Самыеуспешные PR-кампании в мировой практике. ¾ М.: Консалтинговая группа “Имидж-Контакт”: ИНФРА – М., 2002. – VIII, 310 с.
4. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. В. С. Комаровского. – М.: Издательство РАГС, 2001. – 520 с.
5. Слісаренко І.Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навчальний посібник. К.: МАУП, 2001. – 104 с.
6. Сопер Поль. Основы искусства речи. Книга онаукеубеждать. – Ростов/ н/ Д.: Феникс, 1995. – 448 с.
7. Сэм Блэк. Введение в паблик рилейшнз. – Ростов /Д: Феникс, 1998. –

320 с.

1. Ушакова Т. Н., Латынов В. В. и др. Ведение политических дискуссий.

Психологический аналіз конфликтных выступлений. – М.: Academia, 1995. – 156 с.

1. Филлипс Д. PR в Интернете / Дэвид Филипс. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.- 320 с.
2. Харрисон Ш. Связи с общественностью. Вводный курс. СПб.: Издательский дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС ИНВЕСТ, 2003. - 368 с.
3. Шишкина М. А. Паблик рилейшнз в системе соціального управления.

– СПб.: Изд-ва «Паллада – медиа» и СЗРЦ «РУСИЧ» – 2002 – 444 с.

1. Шо Роберт Б. Ключи к доверию организации: Результативность, порядочность, проявление заботы. – М.: Дело, 2000. – 272 с.