**СТАНОВЛЕННЯ PR-ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СФЕРИ ЗНАНЬ ТА ДІЯЛЬНОСТІ**

1. Паблік рилейшнз: суспільне явище, сутність, поняття, тлумачення.
2. Поняття і тлумачення "паблік рилейшнз".
3. Класифікаційні підходи до визначень.
4. Основна термінологія ПР.
5. Соціальні, економічні та політичні причини виникнення та розвитку теорії зв’язків з громадськістю.
6. Історичні корені PR.
7. Етапи становлення теорії PR в Україні.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Джефкинс Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие для вузов / Ф. Джефкинс, Д., Ядин Д. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
2. Королько В.Г. Основи паблік рилейшнз. Посібник. – К.: Інститут соціології НАН України, 1999.
3. Королько В.Г. Основы паблик рилейшнз / В.Г. Королько. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, – 2000. – 528 с.
4. Королько В.Г. Паблік рилешнз. Наукові основи, методика, практика. Підручник, 2-е вид. Доп. / В.Г. Королько. – К. : Видавничий дім «Скарби», 2001. – 400 с.
5. Литвин А. Роль зв’язків з громадськістю у формуванні іміджу вищого навчального закладу / А. Литвин // Соціальна психологія. – 2009. – №3. – С. 125-129.
6. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 624 с.
7. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз : навчальний посібник / Г.Г. Почепцов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2000. – 506 с.