

ПВНЗ УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри журналістики, реклами та
зв'язків з громадськістю
Копистинська І.М.
“31” серпня 2018 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ПРОБЛЕМАТИКА ЗМК ТА РЕКЛАМИ

Обов'язкова дисципліна

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА **«Реклама та зв'язки з громадськістю»**

Першого рівня вищої освіти
за спеціальністю 061 Журналістика
галузі знань 06 Журналістика

Розробник: Копистинська І. М., завідувач кафедри, доцент, кандидат філологічних наук.

Робочу програму схвалено на засіданні кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол № 1 від “31” серпня 2018 року

1. ВСТУП

Мета дисципліни: окреслення та дослідження проблем сучасної реклами та ЗМК, сприяння студентам у набутті необхідних теоретичних і практичних знань у сфері створення та використання рекламних та інформаційних матеріалів на політичну, економічну, соціальну, екологічну, освітню та іншу проблематику.

Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач:

- Здатність усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми.
- Здатність діяти соціально відповідально та по-громадянському свідомо

Завдання: надати студентам знання про сучасні проблеми, що висвітлюються за допомогою реклами та ПР, дати базові навички аналізу та створення рекламних та інформаційних матеріалів з різних проблематичних сфер.

Програмові результати навчання, згідно з освітньо-професійною програмою:

- Володіти знаннями про принципи і правила роботи над інформаційними та рекламними матеріалами про людей з обмеженими можливостями
- Уміти використовувати у практичній діяльності принципи гендерного балансу.

Дотримуватися інтересів, поглядів співбесідника та аудиторії

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати: проблематичне поле реклами та ЗМК;

концептуальні засади політичної реклами та ЗМК як частини політичного маркетингу;

економічну проблематику реклами та ЗМК;

форми, види і засоби соціальної та екологічної реклами та ПР;

особливості реклами та ЗМК у сфері здоров'я;

особливості гендерних проблем;

особливості дитячої проблематики у ЗМК.

вміти: розрізняти політичну, соціальну, екологічну та іншу рекламу та ЗМК;

визначати проблематику реклами та ЗМК;

з'ясовувати теми у рекламі і ЗМК;

аналізувати рекламні та інформаційні тексти різного проблемно-тематичного характеру;

готувати рекламні та інформаційні повідомлення з різною проблематикою.

Пререквізити: вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши такі навчальні дисципліни як основи журналістики, теорія журналістики, журналістська майстерність, теорія реклами та зв'язків з громадськістю, практика рекламної діяльності.

2. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Освітньо-професійна програма, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки з громадськістю» за спеціальністю 061 Журналістика галузі знань 06 Журналістика	нормативна	
Модулів – 1		Рік підготовки:	
Змістових модулів – 1		4-й	4-й
Загальна кількість годин – 120		Семестр	
		8-й	8-й
		Лекції	
		24 год.	6 год.
		Практичні, семінарські	
		24 год.	2 год.
		Лабораторні	
		<i>не передбачено</i>	
		Самостійна робота	
		42 год.	82 год.
		Вид контролю: екзамен (30 год.)	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4,3 год. самостійної роботи студента – 8,1 год.	Перший рівень вищої освіти (бакалавр)		

Примітка.

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

для денної форми навчання – 1: 0,9

для заочної – 1: 9

3. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Поточне оцінювання студентів на семінарських заняттях здійснюється за чотирьох бальною шкалою, де «2» - незадовільно; «3» - задовільно; «4» - добре; «5» - відмінно. Підсумковий контроль у вигляді екзамену проводиться у тестовій формі і оцінюється відповідно до шкали оцінювання знань студентів за ЄКТС

Шкала в балах	Національна шкала	Шкала ЄКТС
90-100 балів	5 «відмінно»	A
80-89 балів	4 «дуже добре»	B
65-79 балів	4 «добре»	C
55-64 бали	3 «задовільно»	D
50-54 бали	3 «достатньо»	E
35-49 балів	2 «незадовільно»	FX
1-34 бали	2 «неприйнятно»	F

4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ ТА ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Під час навчання передбачені лекції із застосуванням мультимедійного проектора, розв'язування практичних завдань, аналіз реклами та інформаційних текстів, створення реклами та текстів для ЗМІ. До засобів діагностики включаються опитування, робота на практичних заняттях, поточне тестування, оцінка за практичні завдання, оцінка за текстових матеріалів, оцінювання екзамену.

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ ПРОБЛЕМАТИКИ ЗМК ТА РЕКЛАМИ У КОНТЕКСТІ МАС-МЕДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.

1. 1. Поняття та класифікація проблем. Сутність поняття «проблема». Класифікація проблем за системними рівнями, за можливістю прогнозу, за складністю. Поняття про глобальні проблеми людства.

1. 2. Роль ЗМК у висвітленні проблем і специфіка використання проблематики у рекламних цілях.

ТЕМА 2. ПОЛІТИЧНА ПРОБЛЕМАТИКА ЗМК

2.1 Сутність політики та політичної сфери. Політика. Зовнішня, внутрішня, міжнародна політика.

2.2 Поняття політичної інформації та політичної журналістики. Сутність політичної інформації. Політична журналістика як сфера професійної діяльності.

2.3 Вибори як складова політичної журналістики. Роль журналістів у забезпеченні вільних і чесних виборів. Поняття вільних і чесних виборів. Зловживання під час виборів.

ТЕМА 3. ПОЛІТИЧНА ПРОБЛЕМАТИКА У РЕКЛАМІ

3. 1 Поняття про політичну рекламу та її функції. Визначення політичної реклами. Види, функції, завдання політичної реклами.

3. 2 Використання принципів психології у політичній рекламі. Увага довільна і мимовільна у політичній рекламі. Види політичної реклами за психологічним впливом. Ай-стопери. Слогани. УПП у політичній рекламі. Кольористика у політичній рекламі.

3. 3 Політичне портретування. Політичний портрет і портрет політика. Складові політичноо портрету. Типи політичних портретів.

ТЕМА 4. ПОНЯТТЯ СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ У ЗМК

4.1 Соціальні проблеми у журналістиці. Поняття соціальної проблеми. Види актуальних соціальних проблем. Теми, які висвітлюються у рамках соціальної журналістики.

4.2 Спеціальна термінологія у соціальній сфері

ТЕМА 5. ПОНЯТТЯ ПРО СОЦІАЛЬНУ РЕКЛАМУ

5.1 Сутність соціальної реклами. Визначення соціальної реклами. Мета, завдання, характеристики. Відмінність соціальної реклами від комерційної.

5.2 Тематика і проблематика соціальної реклами. Стосунки у сім'ї. Пропаганда здорового способу життя. Підтримка людей з обмеженими можливостями. Безпечна поведінка на дорозі. Екологічна реклама. Державна реклама. Патріотична реклама. Інші види соціальної реклами.

5.3 Соціальні проблеми і реклама: історичний ракурс.

5.4 Мотиви впливу у соціальній рекламі. Емоційні мотиви. Моральні і соціальні мотиви.

ТЕМА 6. ПРОБЛЕМАТИКА ЗДОРОВ'Я

6.1. Правила для медичних кореспондентів. Як писати про громадське здоров'я. Права пацієнтів. Правила для журналістів.

6.2. Принципи написання статей про інвалідів. Як розповідати про людей з інвалідністю. Уникання стереотипів. Коректна мова. Як зображати людей з інвалідністю.

6.3. Тема ВІЛ/СНІДу в пресі. Термінологія і її правильне використання. Пошук джерел інформації, статистики. Правила спілкування з носіями ВІЛ/СНІД. Журналістська етика у роботі на цю тему.

ТЕМА 7. ДИТЯЧА ПРОБЛЕМАТИКА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ

7. 1 Основні положення Конвенції ООН про права дитини як теми для журналістських матеріалів. Ключові положення конвенції. Сюжети для статей.

7.2 Етичні та законодавчі принципи роботи з дітьми для журналістів. Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил. Проблеми, які виникають при взаємодії дітей із медіа. Законодавство, якого мають дотримуватись ЗМІ, залучаючи дітей до медіаматеріалів.

ТЕМА 8. ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА У ЗМК ТА РЕКЛАМІ

8.1Актуальні екологічні теми в ЗМІ. Поняття про екологічну проблематику у ЗМК. Зв'язко екології і здоров'я. Екологія великого міста. Проблема якості води і повітря. Засмічення. Проблеми утилізації ТПВ. Небезпечні відходи. Пошук альтернативних екологічно нешкідливих технологій.

8.2 Проблеми екології у рекламі. Екологічна реклама, сутність і завдання. Об'єкти екологічної реклами – від бережливого ставлення до навколишнього середовища, захисту тварин до проблем глобального потепління.

ТЕМА 9. ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА

9.1 Поняття про економіку та економічну проблематику. Основні економічні поняття. Напрями економічної політики.

9.2 Головні проблеми економіки у пресі. Функції економічної журналістики. Основні проблеми економіки, які висвітлюються у пресі. Глобалізація економіки, монетарна політика, великі ринки сировини, інвестиції та заощадження, ринок

енергетики, приватизація і націоналізація, макро- та мікроекономіка, земельний ринок, конфлікт екології і виробництва.

9.3 Економічна проблематика у рекламі. Економічні проблеми і їх відображення у рекламі. Корупція, зарплати в конвертах, приховування доходів і не сплата податків, соціальну нерівність, бідність, безробіття і допомога з безробіття, торгівля людьми, економія енергоресурсів.

ТЕМА 10. ГЕНДЕРНА ПРОБЛЕМАТИКА У РЕКЛАМІ ТА ЗМК

10.1 Гендерні стереотипи у рекламі і медіа.

10.2 Сексизм у медіа і рекламі. Дискримінація за статтю і її прояви. Стандарти недискримінаційної реклами.

10.3 Гендерна чуйність і мова ЗМІ.

6. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	ус ь о г о	у тому числі					у сь о г о	у тому числі				
		Л	П	Ла б	Інд	с.р.		Л	П	Ла б	Ін д	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1												
Тема 1. Поняття проблематики ЗМК та реклами у контексті мас-медійної реклами	6	2	0	0		4	8	0				8
Тема 2. Політична проблематика ЗМК	10	4	2	0		4	9	1				8
Тема 3. Політична проблематика у рекламі	8	2	2	0		4	10	1	1			8
Тема 4. Поняття соціальної проблематики у ЗМК	10	2	2	0		6	10	0				10
Тема 5. Поняття про соціальну рекламу	12	4	4	0		4	10	1	1			8
Тема 6. Проблематика здоров'я у ЗМК та рекламі	8	2	2	0		4	8	0				8
Тема 7. Дитяча проблематика	8	2	2	0		4	8	0				8
Тема 8. Екологічна проблематика у рекламі та ЗМК	10	2	4	0		4	9	1				8
Тема 9. Економічна проблематика і мас-	8	2	2	0	0	4	9	1				8

медійна діяльність												
Тема 10. Гендерна проблематика у рекламі та ЗМК	8	2	2	0	0	4	9	1				8
Контрольна робота	2	0	2	0	0	0	54		0			0
Разом за змістовим модулем	90	24	24	0	0	42	54	6	2	0	0	82
Підсумковий контроль	30					30	30					30
Усього годин	120	24	24	0	0	72	120	6	2	0	0	112

7. ТЕМИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
1	Політична проблематика ЗМК	2
2	Політична проблематика реклами	2
3	Соціальні проблеми у ЗМК	2
4	Соціальна реклама та інформування про соціальні проблеми	2
5	Створення соціальної реклами	2
6	Проблематика медицини та здоров'я	2
7	Дитяча проблематика	2
8	Екологічна проблематика у журналістиці	2
9	Екологічна реклама. Створення екологічної реклами	2
10	Економічна проблематика ЗМК	2
11	Гендерна проблематика	2
12	Підсумковий контроль	2
13	Разом	24

8. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

1. Розробка реклами за соціальною проблемою
2. Аналітично-пошукове завдання (аналіз газет щодо визначеної проблематики)
3. Написання тексту на задану проблематику

9. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Абетка української політики: Довідник 1999-2000 / [авт.-упоряд. М. Томенко]. - К. : Смолоскип, 2000. - 268 с.
2. Акайомова А. Політична реклама як процес комунікації [Електронний ресурс] / А. Акайомова // Віче. - № 6. - 2011. - Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/2468/> – Назва з екрану
3. Артемьев М. А. Эффективная система психологических воздействий в политической рекламе : Автореф. дис. на соиск. уч. степ. канд. психол. наук [Электронный ресурс] / Максим Анатольевич Артемьев. – Режим доступа: http://irbis.gnpbu.ru/Aref_1997/Artem'ev_M_A_1997.pdf

4. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка наблік рилейшнз: Моногр. [Електронний ресурс] / В. Бебик. — К. : МАУП, 2005. — 440 с. — Режим доступу: <http://mmlib.net/knigi/informatsionnyij-menedzhment/kniga-39/>.
5. Беляков О. О. Екологічна проблематика в засобах масової інформації [Текст] : Навч. посіб. для студ. ін-ту, ф-тів і від-нь журналістики / О. О. Беляков ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. - К. : ВПЦ "Київський університет", 2003. - 185 с.
6. Біденко Артем. Політики в оточенні дітей. Особливості політичної реклами 2010 [Електронний ресурс] / Артем Біденко // Українська правда. — Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/articles/2010/11/9/5551214>.
7. Божкова В. В. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб [для студ. вищ. навч. закл.] / В. В. Божкова, Ю. М. Мельник; - К.: Центр учбової літератури, 2009. — 200 с.
8. Бутенко Н. Ю. Соціальна психологія в рекламі: Навч. посібник / Н. Бутенко. — К. : КНЕУ, 2006. — 384с.
9. Варич М. В. Політичний портрет як різновид нарису в сучасній українській газеті / М. В. Варич // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. - Серия «Филология. Социальные коммуникации». — Т. 25 (64). - № 4. — Ч. 1. - С.230-235.
10. Волобуева Т. Советская реклама 1920-1930-х гг. [Текст] / Волобуева Т. // Рекламные технологии. 2006. - № 4. - С. 18-23.
11. Воронова М. Ю. Політична журналістика як особливий різновид професійної діяльності / М. Воронова // Наукові записки Інституту журналістики. - Том 50. — 2013. — С. 197-201
12. Головльова Є. Л. Основи реклами: Навч. посібник, - М. : ЗАТ «Видавничий Дім «Головбук», 2003. - 272 с.
13. Горицвіт Сергій. «Гречкосії» на виборчому полі [Електронний ресурс] / С. Горицвіт // Українське слово. - Режим доступу : <http://ukrslovo.com.ua/work/archive/2012/23/07.html>
14. Гурицька М. С. Політична реклама як невід’ємна складова виборчого процесу [Електронний ресурс] / М. С. Гурицька. - Політологічні записки. — 2013. - № 7. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Polzap_2013_7_24.pdf
15. Діти в медіа: як висвітлювати й дотримуватися правил. Спеціальний звіт - К., ГО «Телекритика», 2016. — 48 ст. — Електронний ресурс. — Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/content/files/deti_v_media_web_new.pdf
16. Дуцик Д. Політична журналістика / Діана Дуцик. — К. : ВД «Києво-Могилян. акад.», 2005. — 138 с.
17. Еверетт Девід. Учбовий посібник репортера. — К.: IREX Промедіа, 1997.
18. Економічна журналістика: новації західної преси / навчальний модуль, розроблений за матеріалами семінару. — К., 1998.
19. Економічна і соціальна географія світу: Навч. посіб. / За ред. С. П. Кузика. — 2-е вид., зі змінами. — Львів: Світ, 2005. — 671 с. http://subject.com.ua/geographic/ekonomichna_socialna/53.html

20. Закон України «Про вибори народних депутатів України» : за станом на 17 листопада 2011 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2011. - № 10-11. – С. 73
21. Закон України «Про місцеві вибори»: за станом на 14.07.2015 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/595-19/page5>
22. Закон України «Про рекламу»: за станом на 28.12.2015 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
23. Запорожець Т. М. Медійний простір як середовище зародження інфолюдини [Електронний ресурс] / Тетяна Запорожець. - Режим доступу: http://ipro.org.ua/files/новини/ОСТАННІ_НОВИНИ_2011/.../4.doc
24. Иванов В. Экономическая журналистика : Пособие / В. Иванов, И. Полтавец, О. Хоменок. - К. : Центр Свободной Прессы, 2012. — 90 с. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/book022/>
25. Копистинська І. М., Гринівський Т. С. Проблематика засобів масової комунікації [Текст] : Конспект лекцій у 2-х ч. - Ч.1. – Чернівці : Чернівецький нац. Ун-т, 2009. – 68 с.
26. . Копистинська І. М., Мельничук Ю. Г. Проблематика засобів масової комунікації [Текст] : Конспект лекцій у 2-х ч. - Ч.2. – Чернівці : Чернівецький нац. Ун-т, 2009. – 68 с.
27. Котлер Филип. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – СПб. : АТ "Коруна" АОЗТ "Литера плюс", 1994. – 154с.
28. Лаврик О. В. Соціальна проблематика газетних виступів: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика» / О. В. Лаврик. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – 72 с.
29. Лаврик О. В. Соціальна реклама в сучасному медіа просторі: До визначення поняття // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. - Серия «Филология. Социальная коммуникация» – 2008. – Т. 21 (60). - С.6570.
30. Литвинова М. К. Політична журналістика в Україні в Україні: деякі аспекти теорії і практики [Електронний ресурс] / М. Литвинова. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1520>
31. Лютко Н. В. Політична реклама у виборчих технологіях: аксіологічні виміри та принципи: Автореф. дис. на здоб. наук. ст. канд. політ. наук [Електронний ресурс] / Н. В. Лютко – Режим доступу: <http://disser.com.ua/content/351326.html>
32. Медіа та права дитини: посібник для журналістів, створений самими журналістами. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.unicef.org/ukraine/1329-mediachildright_ukr.pdf
33. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М. : Прогресс, 1973. – 406 с.
34. Нічого для нас без нас: посібник з інклюзивного прийняття рішень для засобів масової інформації. – Електронний ресурс. – Режим доступу:

<https://drive.google.com/file/d/0B0LkMv6KKKVsYkNZeXIHRC0yT3BTUFUzaFFIenFZLTFHdjBz/view>

35. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама: теория и практика : учеб. пособие для студентов вузов. / Г. Г. Николайшвили. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 191 с.
36. Ривз Р. Реальность в рекламе: перев. с англ. В. Б. Бобров [Электронный ресурс]/ Ривз Россер. – Режим доступа: <http://coollib.com/b/246104>
37. Ромат Е. В. Реклама / Е. В. Ромат. – 5-е изд. — СПб. : Питер, 2002. - 544с.
38. Пілецький В. Соціально-психологічна роль рекламного дискурсу у формуванні політичного іміджу [Електронний ресурс]/ Віктор Пілецький. – Режим доступу: <http://194.44.152.155/elib/local/1075.pdf>
39. По жизни: пособие по социальной журналистике / Сост. М. Гессен, М. Назари. - М., 2002.
40. Положение детей в мире, 2005 год: Детство под угрозой. – М., ЮНИСЕФ, 2005.
41. Посібник з висвітлення теми ВІЛ/СНІДу. – Фонд Сім'ї Кайзер. – 2005.
42. Социальная журналистика: антология возрождения. - М.: Центр развития «Сопричастность», 2002.
43. Социальное партнерство: НКО, бизнес, СМИ: Сборник / Ред. Н. Пушкина. Сост. Д. Антонов, Е. Темичева. - М., - 2001.
44. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. Пер. с англ. - М.: «Права человека», 1998.
45. Средства массовой информации и конвенция ООН о правах ребенка: Справочник для работников СМИ. – М., ЮНИСЕФ, 2000.
46. Туллер Д. Освещение вопросов ВИЧ/СПИД в Украине. – IREX ПроМедиа Украина, 2002.
47. Ученова В. В. История рекламы / В. В. Ученова, Н. В. Старых. – СПб. : Питер, 2004. – 304 с.
48. Феофанов О. Реклама коммерческая и политическая: общее и особенное / О. Феофанов. – Электронный ресурс. – Режим доступа: http://advertion.blogspot.com/2008/03/blog-post_9268.html#.WMVpw9Ly70
49. Фролова Т.И. Социальная журналистика и ее роль в общественном диалоге: Учебное пособие. - М.: Пульс, 2003. - 44 с.
50. Чічановський А.А., Шкляр В.І. Політика, преса, влада / А.А. Чічановський, В.І. Шкляр. – К.; М.: Славянський діалог, 1993. – 68 с.
51. Шендеровський К. С. Проблематика мас-медіа: Соціальні питання в мас-медіа: Навчальна програма / Укладач: Шендеровський К. С. – К., 2014. – 15 с.
52. Шкляр В. І. Мас-медіа і виклики нового століття / В. І. Шкляр. – К. : Грамота, 2003. – 48 с.
53. Шнеллінгер Ліза. Вільні та чесні вибори: посібник для журналістів з покращення висвітлення в умовах розвитку демократії: Пер. з англ. – К. : IREX Про медіа, 2002.

54. Шпортко О. Особливості політичної реклами як елемента комунікативного процесу / [Електронний ресурс]/ О. Шпортко // Політичний менеджмент. - № 6. - 2007. - Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9724/10-Shportko.pdf?sequence=1>

55. Як писати про громадське здоров'я. Права пацієнтів: До-відник. Частина перша / Д. Полтавець, Л. Солоп, О. Хоменок; Редактори-упорядники: О. Волошенюк, В. Іванов. - Частина перша. - К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. - 141 с. - Електронний ресурс. - режим доступу: http://publichealth.org.ua/storage/IOM_for%20NGO/10%20IEM%20development/Writing%20about%20public%20health.pdf

56. Як розповідати про людей з інвалідністю: поради для журналістів. - Електронний ресурс. - Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/yak_rozpovidati_pro_lyudey_z_invalidnist_yu_poradi_dlya_zhurnalistiv/

57. Ярош Б. О. Загальна теорія політики: Навч. посіб. для студ. спец. "Політологія" вищ. навч. Закладів / Б. О. Ярош, О. Б. Ярош. - Луцьк: РВВ "Вежа" Волин. держ. ун-ту Ім. Лесі Українки, 2005,- 240 с. <http://politics.ellib.org.ua/pages-568.html>

Інформаційні ресурси

1. <http://ecojo.ru/> - проблеми екології
2. socreklama.org – сайт про соціальну рекламу
3. www.socreklama.ru – сайт про соціальну рекламу
4. <http://www.soob.ru> – журнал «Со-общение»
5. <http://uhrn.civicua.org/uhra/> - Всеукраїнська асоціація зменшення шкоди
6. <http://www.menr.gov.ua> - офіційний веб-сайт Міністерства екології та природних ресурсів
7. <http://www.aidsalliance.org.ua/> - Міжнародний альянс з ВІЛ/СНІД в Україні
8. <http://dssz.gov.ua> - Державна служба України з питань протидії ВІЛ-інфекції/СНІДу та інших соціально небезпечних захворювань
9. <http://ifaidscenter.org.ua/> - сайт Івано-Франківського обласного центру СНІДу