

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Костирко Т.

Бібліотечна іміджологія як професійна інновація

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2011_2/st_8.pdf

Вертій Ж.

Білоцерківського інституту економіки і управління ВНЗ ВМУРОЛ «Україна»

<http://www.google.com.ua/search?hl=uk&ie=windows-2010>. № 6

Коваленко І.

Система комунікаційних засобів формування правової культури бібліотечних фахівців

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2011_3/st_11.pdf

Танатар Н.

Імідж НБУВ у ЗМІ: контекст-моніторинг традиційних та електронних джерел

(Бібліотечний вісник. 2009. № 2)

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/bib_visnyk/2009-2/07.pdf

Коваленко І. П.

Система комунікаційних засобів формування професійної правової культури бібліотечних фахівців

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkhdak/2009_28/V28-2-14.pdf

Колеснікова В.А., Черновол І.В.

Наукова бібліотека інституту археології очима читачів

ISSN 0235-3490. *Археологія*, 2009, № 3

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nbuv/2010-28.pdf

Беліна Л., Голубєв Ю., Коновал Л.

Інформаційні запити читачів наукової бібліотеки: основні пріоритети та шляхи їх дослідження

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2010_8/st_12_10.pdf

Лешнівська І.

Львівська обласна універсальна наукова бібліотека — репрезентант галицької культур

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2011_7/st7.pdf

Богун Н.

У пошуках шляхів покращання іміджу ... міжбібліотечний абонемент – форма бібліотечного обслуговування, заснована на взаємному викорис- ...

www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/bib_planeta/pdf/0903.pdf

Масова культура і проблеми національно-культурної ідентичності в умовах глобалізації

<http://www.nbuv.gov.ua/portal/all/herald/2005-07/art21-7-5.pdf>

Організація маркетингової діяльності в навчальному закладі

http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2010_2/15.pdf

Кулаковська В. В.

Книжкові ярмарки-виставки як головний інструмент реклами в Україні

http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Lekb/2009_18/Chemerkin.htm

Вплив іміджу керівника на мотивацію діяльності співробітників як основний фактор формування корпоративної культури / Л.В. Мазник // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. — 2010. — N 32. — С. 129-132. — Бібліогр.: 10 назв. — укр.

Розглянуто фактори, які впливають на формування корпоративної культури із деталізацією впливу іміджу керівника на імідж організації. З метою вивчення таких взаємозв'язків досліджено механізми мотивації, що реалізуються через ідентифікацію, наслідування та систему очікувань. Досліджено вплив іміджу як соціально-психологічної проблеми на формування корпоративної культури з метою доведення значущості цього фактора на результативність діяльності організації.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)290-642.11 + Ю959.181

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж69879

До питання наукових розробок в галузі іміджу та PR / А. Митко // Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв. — 2009. — Вип. 21. — С. 136-140. — Бібліогр.: 39 назв. — укр.

Проведено дослідження в галузі іміджології та публік рілейшнз зарубіжних і вітчизняних авторів, вивчення ними важливих аспектів загального сприйняття та оцінки політика, враження, яке він справляє на пересічних громадян і своїх колег, тобто його політичний імідж (образ). Охарактеризовано групи вчених, яких умовно поділено за критеріями підходів до визначення політичного іміджу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф055.1 + Ч62 в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж71870

Естетика іміджмейкінгу: монографія / Н. В. Барна, С. І. Уланова; Відкритий міжнар. ун-т розв. людини "Україна". — К., 2010. — 200 с. — Бібліогр.: 300 назв. — ISBN 978-966-388-277-2. — укр.

Розглянуто іміджмейкерство як феномен масової культури, розкрито його сутність, поліфункціональність та особливості у галузі соціальної та загальної психології, політології, маркетингу. Визначено, що в комунікативних схемах, на яких ґрунтується сучасна культура, естетична виразність форми зорієнтовує їх зміст на привабливість споживання інформаційної складової, яку містить сучасне товарне виробництво. Доведено, що естетичне виконує функцію замітника справжнього культурного спілкування, фактично імітує його. Проаналізовано особливості імідж-образу як різновиду художньої творчості. Розкрито специфіку іміджмейкерської естетики в інформаційно-комунікативних технологіях ХХ ст., принципи створення та стильові особливості імідж-образу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю812.252.2 + Ю812.29 + Ч62 в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА740208

Засоби масової комунікації та формування іміджу українського спорту (за матеріалами преси та сайтів інформаційної мережі Інтернет): автореф. дис... канд. наук із соціал. комунікацій / О.О. Садовник; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. — К., 2009. — 20 с. — укр.

Розв'язано науково-практичне завдання формування іміджу українського спорту засобами масової комунікації. Запропоновано шкалу оцінювання емоційно-змістового забарвлення матеріалів, відповідно до якої проаналізовано спеціалізовану спортивну пресу. Виявлено вплив матеріалів спортивних сайтів мережі Інтернет на імідж українського спорту. Виокремлено іміджеві характеристики українського спорту у мас-медіа й охарактеризовано чинники, що впливають на формування іміджу. Розроблено іміджеву модель українського спорту, складовими якої є процесна та персоніфікована компоненти. Визначено особливості формування персональних іміджів у спорті, іміджів команд і спортивних клубів. Охарактеризовано персональні іміджі найкращих українських спортсменів, тренерів. Узагальнено імідж арбітра та спортивного вболівальника. Розглянуто вплив спорту на різні галузі діяльності людини. Охарактеризовано соціальні стереотипи у спорті й особливості

впливу спортивної реклами на імідж спорту.
Індекс рубрикатора НБУВ: Ч620.4(4Укр) в2:Ч517
http://www.nbuv.gov.ua/ard/2009/09sooimi.zip

ЗМІ та імідж політиків: Моногр. / О.М. Холод; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. — К., 2004. — 343 с. — Бібліогр.: с. 242-269. — ISBN 966-594-202-6. — укр.
Висвітлено проблему аналізу інструментарію засобів масової інформації (ЗМІ) у контексті формування іміджу політиків. Показано роль ЗМІ у формуванні парадигми психолінгвістичного інструментарію (ПІ) в процесі створення іміджу політиків, визначено межі зв'язків між ПІ ЗМІ та технологіями маркетингових комунікацій. Запропоновано модель ПІ ЗМІ, визначено функції її елементів у мовознавчому та маркетинговому аспектах. Розкрито роль ПІ ЗМІ в процесі створення в Інтернеті іміджу політичних лідерів під час обговорення проекту політичної реформи України.

*Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05 + Ф055.1 + Ф018 + С5*676*
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА674127

Імідж бібліографа довідкової служби / І. Архіпова, Н. Моїсеєнко // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І.Вернадського. — 2003. — Вип. 11. — С. 177-183. — Бібліогр.: 5 назв. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч754(4УКР)п
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж70113

Імідж бібліотеки на межі тисячоліть / В. Бабич // Вісн. Кн. палати. — 1999. — N 6. — С. 8-9. — Бібліогр.: 13 назв. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(4УКР)
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж15184

Імідж бібліотечного працівника в сучасній науці / В. Горовий // Бібл. вісн. — 2002. — N 5. — С. 3-7. — укр.

Розглянуто питання вдосконалення інформаційного забезпечення науки, зростаючого значення у даному процесі бібліотечних працівників і підвищення їх іміджу як повноправних учасників здійснення наукових проектів.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(4Укр)п + Ч738.601.51
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж14595

Імідж електронних бібліотек засобами Інтернет-реклами. Формування іміджу електронної бібліотеки серед користувачів Всесвітньої мережі за допомогою засобів Інтернет-реклами / І.О. Бірюкова // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: Проблеми науки, освіти, практики: Зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. — К., 2006. — С. 162-163. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(0)759.9 + 3970.312.1
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА674238

Імідж Збройних сил України як політико-психологічна категорія / У. Ільницька // Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв. — 2006. — N 17. — С. 79-83. — Бібліогр.: 14 назв. — укр.

Досліджено імідж Армії як політико-психологічної категорії в системі комунікацій Збройних сил України; проаналізовано його сутність, психологічну природу. Висвітлено основні функції, осмислено специфіку впливу на масову свідомість.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф083
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж71870

Імідж і влада: Навч. посіб. / О.Л. Порфімович. — К., 2007. — 80 с. — укр.

Проаналізовано зв'язок політичної культури й іміджу органу державної виконавчої влади. Запропоновано підхід, за якого політичний імідж органу державної виконавчої влади

формується під впливом різноманітних чинників, до яких належить політична культура його першої особи, політичні етика, етикет, коректність, відповідальність. Показано, що за умов недостатньої сформованості громадянського суспільства в Україні, функції креатора, носія та провідника політичної культури має виконувати держава (в особі органів виконавчої - перш за все центральної - влади).

Індекс рубрикатора НБУВ: X819(4УКР)112.01:Ю7 + Ю953 + Ю782 + Ф055.1 + Ф054

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА681958

Імідж країн в контексті євроінтеграційних процесів / О.А. Соболев // Соц.-екон. дослідж. в перехід. період. — 2006. — Вип. 1. — С. 216-222. — Бібліогр.: 9 назв. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф4(4УКР)64

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж69299

Імідж Львівського регіону: проблеми та перспективи: матеріали Круглого столу, 7 лют. 2006 р. / Ред.: М.І. Долішній; НАН України. Ін-т регіон. дослідж. — Л., 2006. — 23 с. — укр. Проаналізовано актуальні проблеми формування позитивного іміджу Львівщини. Досліджено взаємозв'язок між іміджем регіону та його конкурентоздатністю. Розглянуто перспективи реалізації конкурентних переваг регіону за допомогою формування інвестиційного, туристичного та "внутрішнього" іміджу. Висвітлено політико-культурні та соціально-економічні аспекти розвитку Львівщини. Визначено інституційні фактори впливу на регіональний імідж. Розкрито роль банківської системи у поліпшенні інвестиційного клімату регіону.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР-4ЛЬВ)0-96 + Ф031.1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Р109936

Імідж майбутнього вчителя як компонент культури педагогічної діяльності / І.В.

Размолодчикова // Вісн. Черкас. ун-ту. Сер. Пед. науки. — 2009. — Вип. 165. — С. 111-113. — Бібліогр.: 11 назв. — укр.

Зроблено спробу розкрити сутність поняття "імідж". Підкреслено роль цього феномену у професійному становленні майбутнього вчителя.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч489.511.203 + Ю782

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж69408

Імідж Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського у пресі (за матеріалами газетної періодики 2008 року) / Н. Танатар // Наук. пр. Нац. б-ки України ім.

В.І.Вернадського. — 2009. — Вип. 24. — С. 104-114. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч612.113/115 + Ч734(4УКР)751.11 ф

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж70113

Імідж Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського в пресі: контент-аналіз газетних публікацій за 2003 рік / Н. Танатар // Бібл. вісн. — 2005. — N 2. — С. 44-47. — Бібліогр.: 13 назв. — укр.

Проаналізовано газетні публікації про Національну бібліотеку України імені В.І.Вернадського. Зазначено, що інформація відбиралася із 250-ти періодичних видань центральної та регіональної преси. У тематичному аспекті переважали публікації про знаменні події, пов'язані з діяльністю Бібліотеки.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч612.113/115

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж14595

Імідж Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського у ЗМІ: контент-моніторинг традиційних та електронних джерел (2002 - 2007 рр.) / Н. Танатар // Бібл. вісн. — 2009. — N 2. — С. 42-53. — Бібліогр.: 10 назв. — укр.

Надано дані контент-моніторингу засобів масової інформації за 2002 - 2007 рр. з метою відстеження іміджу Національної бібліотеки ім. В.І.Вернадського. За даний період була

сформована база даних (БД) за ключовими цитатами публікацій, виявлених у традиційних і електронних виданнях, які представляли центральну та регіональну газетну періодику. Аналіз БД за тематичним наповненням дає підстави констатувати найбільший інтерес журналістів до бібліотечних фондів, зокрема, до раритетних видань. На підставі узагальнення багатьох матеріалів висвітлено організацію діяльності установи, її культурно-просвітницьку роботу й історію національної книгозбірні.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч612.113/115 + Ч734(4УКР)751.11

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж14595**

Імідж сучасної бібліотеки: Зб. ст. / Ред.: С.О. Басенко; Уклад.: Л.І. Бейліс; Нац. парлам. б-ка. — К., 2001. — 190 с. — Бібліогр.: с. 175-188. — ISBN 966-7547-10-8. — укр.

Висвітлено проблему підвищення уваги суспільства до бібліотеки як до інституції та до бібліотекаря як до фахівця та громадянина. Розглянуто бібліотечний імідж у контексті державотворення та наведено його складові. Визначено особистісний підхід до читача як засіб створення бібліотеки сучасного типу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч73 я43(4УКР)

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА605831**

Імідж України в контексті глобальних трансформаційних процесів / М. Іщенко, О. П'єцух // Політ. менеджмент. — 2008. — № 4. — С. 154-163. — Бібліогр.: 6 назв. — укр. Розглянуто невідповідність і конфліктність між існуючими нормами та модернізаційними процесами в Україні, що погіршує її міжнародний імідж. Проаналізовано проблему оптимізації іміджу нашої країни шляхом модернізації свідомості та світосприйняття її громадян.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф4(0)64-(4УКР) + Ф024 + Ф06

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж24488**

Імідж України і держав колишнього СРСР в уявленнях поляків / О. Горбанюк, В. Білонос, Ю. Аксьонова // Соц. психологія. — 2010. — № 2. — С. 37-48. — Бібліогр.: 17 назв. — укр.

Мета дослідження - з'ясувати, як оцінюється Україна та інші країни - колишні республіки СРСР у свідомості польського суспільства. Результати опитування показали, що їх імідж складається з трьох взаємопов'язаних вимірів: рівень життя населення, політичний устрій та економічний розвиток. Уявлення про країни порівнювалися з об'єктивними даними, внаслідок чого встановлено, іміджі яких держав є найбільш схожими.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю955.3

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж24479**

Імідж як стилістична характеристика особистості / О.М. Лагода, К.М. Стеценко // Вісн. Харк. держ. акад. дизайну і мистец. — 2007. — № 2. — С. 82-89. — Бібліогр.: 6 назв. — укр. Розглянуто питання щодо тлумачення сучасного змісту поняття "імідж". Розкрито особливості та напрямки його формування, зокрема, у телеіндустрії. Зроблено спробу структурування чинників, що забезпечують функціонування іміджу як стилістичної характеристики особистості.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч632.1 + Ю782

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж71480**

Іміджмейкінг та його особливості в контексті художньо-інформаційної діяльності / Н.В. Барна // Вісн. Держ. акад. керів. кадрів культури і мистец. — 2008. — № 2. — С. 38-40. — Бібліогр.: 8 назв. — укр.

Проведено дослідження іміджмейкінгу як технології, спрямованої переважно на інтеграцію ефективного образу в різні життєві сфери, уміння створити та реалізувати імідж, який потребує аудиторія, визначено пріоритетні завдання PR-діяльності. Охарактеризовано основні елементи формування іміджу (позиціонування об'єкта, піднесення створеного образу

та відмежування його від конкурентів). Описано специфічні технології іміджування (неймінг, брендинг, формування позитивного відношення, підсилення впливовості образу). З'ясовано, що концепція будь-якого творчого проекту - це, насамперед, реалізація іміджу, образу компанії, яка здійснюється на базі технологій іміджмейкінгу, що виконує функцію іміджування, яка передбачає вміння реалізувати "продукт" залежно від ситуації, аудиторії та середовища.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж22799

Комп'ютерна культура бібліотекаря / Л. Костенко // Бібл. вісн. — 2002. — № 6. — С. 36-38. — укр.

Проаналізовано роботу семінару-практикуму, що відбувся у рамках конференції "Професійний імідж бібліотекаря інформаційного суспільства", де було продемонстровано вітчизняні бібліографічні, реферативні та повнотекстові бази даних (БД). Досліджено формування електронних інформаційно-бібліотечних ресурсів, які базуються на принципі зацікавленості індивідуальних та колективних авторів у доведенні інформації про результати своїх інтелектуальних напрацювань до світової спільноти, оскільки онлайн бібліотека за умов недостатньої підтримки видавничої діяльності є практично єдиною альтернативою для включення одержаних знань до світової системи документальних комунікацій. Значну увагу приділено онлайн реферативним ресурсам України. Встановлено, що основними концептуальними засадами формування даних ресурсів є поєднання принципів розподіленого аналітико-синтетичного опрацювання потоку українських наукових видань усіма суб'єктами вітчизняної системи документальних комунікацій з централізованим формуванням загальнодержавної реферативної БД. На семінарі було репрезентовано анотовану БД періодичних видань НТІ та програмні засоби для її створення й використання.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч73 + Ч23

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж14595

Особливості методики опрацювання газетних публікацій для формування бази даних інформаційно-аналітичної системи "Імідж бібліотечної справи та бібліотек України в газетній періодиці" / Т. Третяк, А. Федорчук // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І. Вернадського. — 2004. — Вип. 13. — С. 288-298. — Бібліогр.: 9 назв. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч736.83.121 + Ч612.113/115

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж70113

Професійний імідж викладача-андрагога / Л. Набока // Післядиплом. освіта в Україні. — 2009. — № 1. — С. 26-29. — Бібліогр.: 6 назв. — укр.

Виявлено передумови, які обумовили імідж викладача нового типу. Визначено центральні наукові проблеми іміджології для системи післядипломної освіти. Розглянуто позитивний імідж викладача на психофізіологічному, психологічному та соціально-психологічному рівнях. Акцентовано увагу на домінантах ознак особистості викладача, що проектують неповторність його індивідуальності, та характеристиках іміджу, які відображають вимоги масової аудиторії; мотиваційній основі можливостей викладача у формуванні іміджу; особистісно-ділових характеристиках викладача-андрагога. Виокремлено серед компонентів психологічного аналізу Я-образу викладача - професіонала ті, що засвідчують його готовність до самовдосконалення, його потребу саморозвитку та самоактуалізації. Виділено домінуючі критерії професійно-творчого розвитку особистості викладача, які корелюють успішність формування ним власного іміджу.

Ключ. слова: викладач-андрагог, професійний імідж

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю952.2 + Ч441.421

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж24944

Процес утворення іміджу сучасного керівника і його психологічні функції / Л.В. Мазник, Д.А. Судика // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. — 2007. — N 23. — С. 29-34. — Бібліогр.: 11 назв. — укр.

Розглянуто імідж як складне соціально-психологічне явище, досліджено та проаналізовано стадії утворення іміджу сучасного керівника. Вивчено вплив іміджу керівника на мотивацію діяльності працівників.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)212.14 + Ю959.181

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж69879**

Психологічні особливості формування основ професійного іміджу: монографія / О.Я. Чебикін, О.О. Ковальова; Півд. наук. центр АПН України. — О., 2009. — 223 с. — Бібліогр.: с. 197-221. — ISBN 978-966-8835-59-9. — укр.

Розглянуто змістові ознаки та теоретико-методологічні підходи до розуміння іміджу в психології. На прикладі освітянської діяльності зроблено систематизацію особистісних і професійно-важливих якостей, що характеризують імідж фахівця. Визначено характерні ознаки збалансованого, суперечливого, інертно-напруженого, спонтанно-інертно-пасивного типів іміджу. Розроблено й апробовано систему цілеспрямованого формування іміджу фахівця освіти.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю953 + Ю937.2

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА715093**

Рекомендації міжнародної наукової конференції "Професійний імідж бібліотекаря інформаційного суспільства" // Бібл. вісн. — 2002. — N 6. — С. 44-45. — укр.

Наведено рекомендації міжнародної наукової конференції, яка відбулася 8 - 10 жовтня 2002 р. у Києві в НБУВ, зокрема, у галузі наукових досліджень щодо визначення основних пріоритетів у формуванні позитивного іміджу бібліотеки та бібліотекаря, розробки сучасної концепції сприйняття споживача інформації як рівноправного суб'єкта бібліотечних відносин, створення онлайн-центру обміну фаховою інформацією та постійно діючої електронної конференції "Бібліотеки: інновації, стратегії, технології"; а фондоутримувачам рукописних книг, стародруків і рідкісних видань ХІХ - ХХ ст., активізації роботи зі створення Державного реєстру книжкових пам'яток як складової реєстру національного культурного надбання та програми ЮНЕСКО "Пам'ять світу", започаткування бібліографічного видання - серії "Діячі бібліотечної справи". Значну увагу приділено правовому забезпеченню діяльності бібліотек, створенню та впровадженню новітніх інформаційних технологій, підготовці та підвищенню кваліфікації кадрів, а також розвитку фахової періодики.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч73 + Ч73р + Ч734

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж14595**

Соціально-психологічний імідж сучасного керівника: Автореф. дис... канд. психол. наук / Т.В. Скрипаченко; Ін-т психології ім. Г.С.Костюка АПН України. — К., 2001. — 18 с.: схем. — укр.

Розглянуто соціально-психологічне явище іміджу керівника через проблему його утворення. Дослідження процесу утворення іміджу як системи перцептивно обумовлених і діяльнісно опосередкованих уявлень про особистість керівника дозволило побудувати теоретичну модель даного процесу, виділити чинники, від яких залежить ступінь цілісності іміджу та його позитивний або негативний знак. За результатами емпіричного дослідження доведено, що процес утворення іміджу проходить певні стадії - від первинних вражень про людину до системного уявлення про неї. Системне уявлення про особистість складається з перцептивних, когнітивних і мотиваційно-оцінних компонентів. Цілісність іміджу залежить від внутрішньої психологічної узгодженості трьох соціально-психологічних компонентів: емоційно-поведінкових реакцій, індивідуально-характерологічних проявів особистості та її ділових якостей. Позитивний чи негативний знак іміджу залежить від загального ставлення

до керівника, яке формується внаслідок позитивного або негативного емоційного сприймання його особистості, системного уявлення про нього та від відповідності змісту іміджу очікуванням людей. Розроблено рекомендації щодо цілеспрямованого створення позитивного іміджу керівника.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю959.181 + Ю782

http://www.nbuv.gov.ua/ard/2001/01stvisk.zip

Сучасні підходи до формування іміджу організації / І.І. Колосовська // Наук. зап.: наук.-техн. зб. — 2006. — № 2. — С. 72-76. — укр.

Досліджено зміст поняття "імідж організації" з урахуванням сучасних надбань різних наукових галузей. Проаналізовано складові структури іміджу організації та чинники впливу на його формування.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)290

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж70173

Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу: Моногр. / Т.Б. Хомуленко, Ю.Г. Падафет, О.В. Скориніна; НДІ педагогіки та психології ім. В.О.Сухомлинського Харк. нац. пед. ун-ту ім. Г.С.Сковороди. — Х.: ВД "Інжек", 2005. — 272 с. — Бібліогр.: 181 назва — ISBN 966-392-036-X. — укр.

Розглянуто найважливіші аспекти дослідження іміджу державної установи, можливу сукупність факторів у їх взаємозв'язку, що безпосередньо впливають на її образ. Досліджено механізми формування іміджу органів влади. Узагальнено існуючі підходи до визначення поняття "імідж" у державному управлінні. Проаналізовано зміст поняття "імідж державної установи", досліджено основні фактори впливу на його формування. Оцінено сучасний образ органу влади та його службовців у суспільній свідомості. Визначено складові механізму формування цілісного позитивного образу установи, розроблено рекомендації щодо побудови іміджу, здатного забезпечити її ефективне функціонування. Запропоновано комплекс методів дослідження особистісних характеристик службовців.

*Індекс рубрикатора НБУВ: У010.444.4 + Ю953 + С5*666*332.111.322 + Ф055.1*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА672557

Традиционные и электронные средства коммуникации как аспект управления персоналом / Н.Н. Радченко // Культура народов Причерноморья. — 2006. — № 60, т. 1. — С. 36-38. — Библиогр.: 5 назв. — рус.

Розглянуто питання представлення електронних засобів зв'язку у довідниках для вступників до навчальних закладів, вивчено аспект стосовно кількості представлених даних з метою з'ясування впливу на імідж навчальних закладів. Досліджено проблему керування персоналом організації в цілому та окремого підрозділу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч421.215.1 + 388

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16332

Українські бібліотеки у дзеркалі газетних публікацій 2003 року - року культури в Україні / Н. Танатар // Бібл. планета. — 2004. — № 4. — С. 17-22. — Бібліогр.: 3 назв. — укр. Досліджено публікації щодо висвітлення діяльності вітчизняних бібліотек, які накопичують у базі даних інформаційно-аналітичної системи НБУВ матеріали по темі "Імідж бібліотечної справи та бібліотек України в газетній періодиці".

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч612.113/115

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16548

Щодо проблеми іміджу психолога / О.Я. Чебикін, С.В. Астрійенко // Наука і освіта. — 2009. — № 9. — С. 122-125. — Бібліогр.: 16 назв. — укр.

Вивчено проблему формування іміджу психолога (ІП) на сучасному етапі та зазначено, що вона є актуальною, але недостатньо розробленою і досліджується фрагментарно. Узагальнено різні підходи щодо визначення змісту ІП та уточнено поняття ІП як емоційно

привабливого для навколишніх образу фахівця, що відповідає очікуванням конкретної людини або групи людей, спроможного надати кваліфіковану психологічну допомогу. Визначено групи якостей ІІ: природні; особистісні як наслідок освіти та виховання; такі, що пов'язані з життєвим та професійним досвідом особистості; такі, що сприймаються за зовнішніми ознаками (одяг, манери тощо). Акцентовано увагу на тому, що завдяки спрямованості діяльності існує природний та штучно створений імідж, а виходячи зі ступеня раціональності сприйняття - когнітивний та емоційний імідж. Установлено, що основними детермінантами, які зумовлюють ІІ, можуть бути суспільно-економічні (зовнішні) та внутрішні (особистісні) фактори. Виділено основні різновиди систематизації видів іміджу, які базуються на функціональному, контекстному та порівняльному підходах.

Ключ. слова: імідж психолога, образ фахівця, природний та штучно створений імідж, маніпулятивний образ, синтетичний образ

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю953 + Ю949.2 п

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16225

До питання наукових розробок в галузі іміджу та PR / А. Митко // Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв. — 2009. — Вип. 21. — С. 136-140. — Бібліогр.: 39 назв. — укр.

Проведено дослідження в галузі іміджелогії та паблік рілейшнз зарубіжних і вітчизняних авторів, вивчення ними важливих аспектів загального сприйняття та оцінки політика, враження, яке він справляє на пересічних громадян і своїх колег, тобто його політичний імідж (образ). Охарактеризовано групи вчених, яких умовно поділено за критеріями підходів до визначення політичного іміджу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф055.1 + Ч62 в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж71870

Електронний паблік рілейшнз як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави: автореф. дис... канд. політ. наук / В.І. Терещук; Чернів. нац. ун-т ім.

Ю.Федьковича. — Чернівці, 2008. — 20 с. — укр.

Визначено особливості формування зовнішньополітичного іміджу держави. Доведено, що електронний PR за умов глобалізації комунікацій є важливим засобом його формування та підтримки. Охарактеризовано основні інструменти електронного PR, які можна використовувати для реалізації іміджевих комунікацій. На базі аналізу світового досвіду систематизовано найбільш ефективні засоби електронного зовнішньополітичного PR. Встановлено провідну роль зовнішньополітичного відомства та дипломатичної служби держави у формуванні та підтримці її позитивного зовнішньополітичного іміджу. Розглянуто особливості формування зовнішньополітичного іміджу України на сучасному етапі її розвитку. Доведено, що для ефективної реалізації зовнішньої політики України та формування її позитивного зовнішньополітичного іміджу необхідно використовувати всі можливості сучасних зовнішньополітичних технологій паблік рілейшнз, зокрема, електронного PR. Досліджено веб-сайти дипломатичних представництв України на базі методики контент-аналізу даних структур як засобів зовнішньополітичного PR. Запропоновано PR-програму використання інструментів електронного паблік рілейшнз для формування та підтримки позитивного зовнішньополітичного іміджу України.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф4(4УКР)64 + Ч62 в05

<http://www.nbuv.gov.ua/ard/2008/08tvizid.zip>

Имидж организации / П.Г. Краснящих // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. — 2007. — 10, N 2. — С. 29-31. — Библиогр.: 4 назв. — рус.

Викладено проблеми створення іміджу організації для її ефективного функціонування в суспільстві. Основними ланками ефективного іміджу є думки людей відносно властивостей організації.

Ключ. слова: имидж организации, общественное мнение, звенья и факторы имиджа

Індекс рубрикатора НБУВ: С5*46*332.1-723.58

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16622/соц
http://www.nbuv.gov.ua/articles/2007/07kpg0io.htm

Імідж бібліотечного працівника в сучасній науці / В. Горовий // Бібл. вісн. — 2002. — N 5. — С. 3-7. — укр.

Розглянуто питання вдосконалення інформаційного забезпечення науки, зростаючого значення у даному процесі бібліотечних працівників і підвищення їх іміджу як повноправних учасників здійснення наукових проектів.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(4Укр)п + Ч738.601.51

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж14595

Імідж електронних бібліотек засобами Інтернет-реклами. Формування іміджу електронної бібліотеки серед користувачів Всесвітньої мережі за допомогою засобів Інтернет-реклами / І.О. Бірюкова // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: Проблеми науки, освіти, практики: Зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. — К., 2006. — С. 162-163. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(0)759.9 + 3970.312.1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА674238

Імідж Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського у ЗМІ: контент-моніторинг традиційних та електронних джерел (2002 - 2007 рр.) / Н. Танатар // Бібл. вісн. — 2009. — N 2. — С. 42-53. — Бібліогр.: 10 назв. — укр.

Надано дані контент-моніторингу засобів масової інформації за 2002 - 2007 рр. з метою відстеження іміджу Національної бібліотеки ім. В.І.Вернадського. За даний період була сформована база даних (БД) за ключовими цитатами публікацій, виявлених у традиційних і електронних виданнях, які представляли центральну та регіональну газетну періодику. Аналіз БД за тематичним наповненням дає підстави констатувати найбільший інтерес журналістів до бібліотечних фондів, зокрема, до раритетних видань. На підставі узагальнення багатьох матеріалів висвітлено організацію діяльності установи, її культурно-просвітницьку роботу й історію національної книгозбірні.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч612.113/115 + Ч734(4УКР)751.11

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж14595

Імідж як стилістична характеристика особистості / О.М. Лагода, К.М. Стеценко // Вісн. Харк. держ. акад. дизайну і мистец. — 2007. — N 2. — С. 82-89. — Бібліогр.: 6 назв. — укр.

Розглянуто питання щодо тлумачення сучасного змісту поняття "імідж". Розкрито особливості та напрямки його формування, зокрема, у телеіндустрії. Зроблено спробу структурування чинників, що забезпечують функціонування іміджу як стилістичної характеристики особистості.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч632.1 + Ю782

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж71480

Імідж-менеджмент у кризовий період на підприємстві / М.Г. Горбаль // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Пробл. економіки та упр. — 2007. — N 579. — С. 399-404. — Бібліогр.: 4 назв. — укр.

Розглянуто теоретичне та практичне поняття кризи на підприємстві. Наведено точне визначення поняття іміджу та управління іміджем. Проаналізовано ситуацію, що стосується управління іміджем у кризовий період на підприємстві як на вітчизняному ринку, так і зарубіжному. Надано поетапну методологію управління іміджем підприємства за умов кризи. Запропоновано практичні принципи роботи імідж-менеджера.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)290-97-21

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж29409/А

Іміджмейкінг та його особливості в контексті художньо-інформаційної діяльності / Н.В.

Барна // Вісн. Держ. акад. керів. кадрів культури і мистец. — 2008. — N 2. — С. 38-40. —

Бібліогр.: 8 назв. — укр.

Проведено дослідження іміджмейкінгу як технології, спрямованої переважно на інтеграцію ефективного образу в різні життєві сфери, уміння створити та реалізувати імідж, який потребує аудиторія, визначено пріоритетні завдання PR-діяльності. Охарактеризовано основні елементи формування іміджу (позиціонування об'єкта, піднесення створеного образу та відмежування його від конкурентів). Описано специфічні технології іміджування (неймінг, брендинг, формування позитивного відношення, підсилення впливовості образу). З'ясовано, що концепція будь-якого творчого проекту - це, насамперед, реалізація іміджу, образу компанії, яка здійснюється на базі технологій іміджмейкінгу, що виконує функцію іміджування, яка передбачає вміння реалізувати "продукт" залежно від ситуації, аудиторії та середовища.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж22799

Іміджологія: навч. посіб. : для всіх спец. студ. вищ. навч. закл. / А. О. Голошубова; Одес.

нац. мор. ун-т, каф. "Філософія". — О.: Вид-во ОНМУ, 2010. — 80 с. — Бібліогр.: 17 назв. — ISBN 966-7716-62-7. — укр.

Надано визначення поняття "іміджологія", розкрито значення цієї молоді науки в практичному діловому житті сучасного суспільства. Розглянуто функції іміджу, складові особистої привабливості, критерії вибору моделей поведінки, технології спілкування. Значну увагу приділено формуванню індивідуального іміджу як однієї зі складових психологічного комфорту особи, її професійної та життєвої успішності.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю953 я73 + Ю782 я73

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА729085

Іміджологія: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю.І. Палеха; Європ. ун-т. — К., 2005.

— 323 с. — Бібліогр.: 12 назв. — ISBN 966-301-049-5. — укр.

Висвітлено теоретичні основи іміджології, розглянуто питання побудови іміджу особистості, організації, а також питання прикладної іміджології. Проаналізовано особливості проведення PR-кампаній організацій, різновиди іміджу соціально-економічних груп, політичну, педагогічну, підприємницьку та банківську іміджології.

*Індекс рубрикатора НБУВ: Ю953я73 + С5*666*332.111.322я73 + Ф055.1я73*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА663882

Іміджологія: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Ю.І. Палеха; Європ. ун-т. — К.: Вид-во

Європ. ун-ту, 2004. — 323 с. — ISBN 966-301-049-5. — укр.

Розглянуто теоретичні та методичні засади іміджології, охарактеризовано сучасні інструментальні засоби формування іміджу. Охарактеризовано різні типи іміджу (суспільний, психологічний, презентаційний), проаналізовано процес його формування. Розглянуто зміст поняття сприйняття та запропоновано методику управління враженням. Охарактеризовано складові та засоби створення іміджу організації. Досліджено сучасні різновиди іміджу соціально-економічних груп та методи формування іміджу в політичній та банківській сферах, підприємницькій та педагогічній діяльності.

*Індекс рубрикатора НБУВ: Ю953я73 + С5*666*332.101.322*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА653457

Календар як фактор рекламної комунікації й створення іміджу бібліотеки / О. Черних // Вісн. Кн. палати. — 2003. — N 1. — С. 26. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(4Укр)707

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж15184

Когнітивні механізми формування рекламного іміджу: Автореф. дис... канд. філол. наук / Т.В. Смирнова; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. — К., 2003. — 24 с. — укр.

Проаналізовано особливості рекламної комунікації, визначено когнітивні механізми створення, реалізації та фіксації рекламного іміджу. Розглянуто сучасні теорії комунікації та наявні теоретичні відомості про спонукальні мотиви, установки, стереотипи, менталітет, архетипи й міфи, властиві масовій свідомості. Досліджено механізми впливу реклами на реципієнтів. Показано, що структуру рекламного іміджу складають інформаційні, когнітивно-афективні та конативні елементи, які формують, відповідно, пізнавальний образ, образ-уявлення та образ-прогноз. Зазначено, що пізнавальний образ виконує функцію фільтрації інформації щодо характеристик об'єкта реклами з метою виділення його з великої кількості інших об'єктів; образ-уявлення фіксує відфільтровану інформацію та кодує її, замінюючи об'єкт реклами фіксованим уявленням про нього; зміни поглядів й поведінки реципієнта щодо об'єкта реклами досягають за допомогою різноманітних маніпулятивних технологій, які формують образ-прогноз. Проаналізовано особливості вживання метафор у рекламній комунікації, сучасні рекламні твори, побудовані за принципом "магії за аналогією". Порівняно основні властивості реклами й міфу, показано, що висока ефективність "реklamних міфів" досягається завдяки використанню в них механізмів, органічно властивих людській свідомості, архетипних структур. Висвітлено роль невербальних засобів фіксації рекламного іміджу, наведено класифікацію засобів невербальної комунікації, охарактеризовано вербальні та невербальні засоби привертання та фіксації мимовільної уваги.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч620.1 + Ш107.716

<http://www.nbuv.gov.ua/ard/2003/03stvfri.zip>

Комунікаційні технології (у теорії інмутації): навч. посіб. / О. М. Холод; Київ. міжнар. ун-т. — К., 2010. — 147 с.: рис., табл. — ISBN 978-966-8299-84-1. — укр.

Розкрито технологічні аспекти комунікації. Наведено інформацію про методи пропаганди, паблік рилейшнз, рекламні та кризові комунікації, іміджеві та виборчі технології. Охарактеризовано інформаційну концепцію інтелектуалізації суспільства. Увагу приділено методам дослідження спеціальних інформаційно-пропагандистських операцій, принципам і закономірностям побудови іміджу, комунікативно-технологічній матриці маркетингово-іміджевих комунікацій.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 я73

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА736908

Маркетингова політика комунікацій: Курс лекцій / Н.І. Норіцина; Міжрегіон. акад. упр. персоналом (МАУП). — К., 2003. — 120 с. — Бібліогр.: с. 117. — ISBN 966-608-286-1. — укр.

Розглянуто суть та цілі маркетингової комунікативної політики. Проаналізовано структуру комплексу комунікацій та особливості його формування. Охарактеризовано рекламу як основний інструмент маркетингової комунікативної політики. Розглянуто особливості стимулювання збуту та його застосування у діяльності виробників та інших учасників ринку. Висвітлено місце паблік рилейшнз у формуванні ефективної комунікативної політики виробника. Розглянуто основні проблеми формування іміджу підприємства та комунікативний інструментарій іміджіології, а також можливості прямого та інтерактивного маркетингу.

Індекс рубрикатора НБУВ: У010.322я73-2(4УКР)

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА640427

Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика: Моногр. / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак, Т.О. Примак; Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана. — К., 2005. — 404 с. — Бібліогр.: с. 386-402. — ISBN 966-574-801-7. — укр.

Наведено загальну характеристику системи маркетингових комунікацій, визначено її основні завдання та показано роль у формуванні та функціонуванні комплексу засобів маркетингу підприємства. Розроблено удосконалену модель комунікативного процесу. Висвітлено питання становлення та розвитку ринку маркетингових комунікацій України. Запропоновано економіко-комунікативні методи забезпечення ефективного управління маркетинговими комунікаціями. Проаналізовано практичний досвід впровадження маркетингових комунікацій на споживчому ринку України. Розроблено методики моделювання визначення та розподілу витрат підприємства на маркетингові комунікації з урахуванням ринкових умов, а також оцінки комунікативної ефективності маркетингових комунікативних кампаній. Наведено методику комплексного оцінювання іміджу підприємства.

Індекс рубрикатора НБУВ: У010.322 + У9(4УКР)290-211.1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА672432**

Маркетингові комунікації: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Т.О. Примак. — К.: Ельга: Ніка-Центр, 2003. — 280 с.: рис. — Бібліогр.: с. 267-272. — ISBN 966-521-202-8. — укр.

Розглянуто методологічні засади маркетингових комунікацій (МК) на сучасному ринку, детально охарактеризовано їх інструментарій. Наведено основні положення планування комплексу МК, а також економіко-математичну модель для визначення функціональної залежності обсягів продажу від витрат на МК. Запропоновано методику комплексного оцінювання іміджу підприємства.

Індекс рубрикатора НБУВ: У010.322 я73(4УКР) + У9(4УКР)290-211.1 я73

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА636993**

Механізм формування іміджу державної установи: Автореф. дис... канд. наук з держ. упр. / Ю.Г. Падафет; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, Харк. регіон. ін-т держ. упр. — Х., 2005. — 16 с. — укр.

Визначено та обгрунтовано основні структурні елементи процесу становлення цілісного іміджу органу державної влади (ідентифікаційну індивідуальність, рейтинг об'єктивних показників, репутацію, атрибутивний компонент) та доведено їх взаємну залежність. Установлено послідовність формування іміджу державної установи, яка складається з етапів: первинних асоціацій, оціночного, порівняльного, цільового, кінцевого. Досліджено питання удосконалення механізму формування даного іміджу шляхом визначення методів управління для кожної з груп корпоративної аудиторії, що дає змогу підвищити рівень довіри населення до владних установ за результативністю, моральністю, турботливістю їх діяльності. Запропоновано методику створення організаційної культури державної установи на підставі визначення місії та стратегії діяльності органу державної влади, що забезпечує підвищення рівня ефективності його функціонування. Розкрито зміст поняття "імідж державної установи", виявлено внутрішню та зовнішню форми його існування, а також здійснено сегментування корпоративної аудиторії на різні групи. Висвітлено технологію впливу основних факторів у їх цілісності та взаємозв'язку (засобів масової інформації, кадрової політики та організаційної культури) на формування іміджу державної установи. Розвинуто методичний апарат виявлення характеру діяльності державної установи та її службовців, що впливає на механізм формування цілісного іміджу владної інституції, за допомогою соціологічного обстеження на підставі факторного та кластерного аналізу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Х819(4УКР)012.01:Ю7

<http://www.nbuv.gov.ua/ard/2005/05pygidu.zip>

Моделювання рекламного іміджу: Навч. посіб. / Т.В. Смирнова; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, Ін-т журналістики. — К., 2005. — 166 с. — ISBN 966-594-206-9. — укр.
Здійснено комплексний аналіз рекламної комунікації на засадах сучасних теорій та теоретичних відомостей щодо спонукальних мотивів, установок, стереотипів, менталітету, архетипів та властивостей масової свідомості. Розглянуто структуру, ознаки та функції іміджу об'єкта реклами як продукту рекламної комунікації. Висвітлено роль вербальних та невербальних засобів у процесі моделювання рекламного іміджу. Проаналізовано вживання метафор у рекламній комунікації на прикладах сучасних рекламних творів. Проведено порівняльний аналіз основних властивостей реклами та міфу. Проаналізовано механізми впливу реклами на цільову аудиторію.

Індекс рубрикатора НБУВ: У542.10-803.81я73 + У9(4УКР)421.0-803.81я73

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА672409**

Національні бібліотечні асоціації: 1876 - 2008: монографія / В.С. Пашкова. — Х.: Акта, 2009. — 336 с. — ISBN 978-966-8917-35-6. — укр.

Висвітлено історію й еволюцію функцій національних бібліотечних асоціацій (НБА) світу, визначено основні етапи їх розвитку, проаналізовано роль як демократичного інституту управління галуззю, розкрито внесок у розробку та вдосконалення бібліотечно-інформаційного законодавства, в організацію та управління бібліотечною справою, формування іміджу бібліотеки в суспільстві та підвищення престижу бібліотечної професії, розвиток безперервної бібліотечно-інформаційної освіти. Розглянуто питання професійної етики бібліотекаря, висвітлено роль професійних об'єднань у визначенні соціальної відповідальності та морально-етичних норм професії, видавничу діяльність НБА.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(0)л0

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА723355**

Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є.В. Савельєв, С.І. Чеботар, Д.А. Штефаніч, М.Г. Шевчик, В.О. Мартинюк. — К.: Знання, 2008. — 420 с. — (Сер. "Вища освіта ХХІ ст."). — ISBN 978-966-346-349-0. — укр.

Висвітлено новітні підходи щодо маркетингу як науки та навчальної дисципліни, розглянуто основні напрями його розвитку за сучасних умов. Охарактеризовано маркетингові інтегровані системи розподілу, викладено концепцію соціально-етичного маркетингу. Розкрито наукові засади, цілі та види маркетингу знань, визначено зміст поняття брендингу, описано процес створення та розширення брэнда. Розглянуто основні принципи та характеристики бенчмаркінгу, показано переваги та недоліки маркетингового аутсорсингу. Обгрунтовано можливості впровадження франчайзингу в Україні. Встановлено основні вимоги щодо планування торговельного залу супермаркету. Описано технології мерчандайзингу, структуру туристичного продукту та методи його продажу. Проаналізовано особливості управління маркетингом у шоу-бізнесі, стратегії та форми ведення маркетингових воєн, запропоновано засоби протидії. Охарактеризовано соціально-культурне середовище міжнародного маркетингу. Розглянуто процес формування національного іміджу продукту на іноземному ринку. Розкрито методологічні засади формування системи глобальної маркетингової діяльності.

Індекс рубрикатора НБУВ: У010.322 я73 + У521.11 я73

Основні фактори впливу на створення професійного іміджу бібліотекаря відділу обслуговування / Л. Беліна // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І.Вернадського. — 2003. — Вип. 11. — С. 45-51. — Бібліогр.: 8 назв. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(4УКР)п

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж70113**

Паблік рилейшнз (ПР) и корпоративные коммуникации / П.Г. Краснящих, В.П. Валентиенко // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. — 2006. — 9, N 2. — С. 41-43. — Библиогр.: 6 назв. — рус.

Розглянуто окремі аспекти корпоративної комунікації, зокрема, формування корпоративного іміджу, комунікативні відносини між двома і більше індивідами, між службовцями і керівництвом.

Ключ. слова: объединение персонала, создание идеологии и имиджа фирмы, мотивированность, внутрифирменная политика

Индекс рубрикатора НБУВ: А6 + Ч62в05 + С5*333.4 + С5*676 + У521.21

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж16622/соц**

Паблік рилейшнз: Конспект лекцій / М.І. Пасько, К.А. Заславська; Харк. нац. екон. ун-т. — Х., 2006. — 92 с. — Бібліогр.: с. 90-91. — укр.

Розглянуто соціально-психологічні моделі комунікативних процесів, різноманітні форми та методи спілкування із ЗМІ, особливості організації брифінгів, прес-конференцій, презентацій. Наведено рекомендації щодо створення іміджу, фірмового стилю, використання інших засобів з метою підвищення результативності комерційної діяльності компанії.

Индекс рубрикатора НБУВ: У521.21я73-2 + Ч62в05я73-2 + С5*333.4я73-2 + А6я73-2

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА681752**

Паблік рилейшнз (відносини із громадськістю) Форми, методи, стратегія: навч. посіб. / В.В. Зінченко. — К.: МАУП, 2006. — 168 с. — ISBN 966-8906-07-1. — укр.

Розглянуто сутність, форми, методи та стратегії паблік рилейшнз. Висвітлено правила роботи з групами громадськості, проблеми формування відносин між політико-економічними структурами, організаціями, установами та підприємствами. Розкрито особливості створення іміджу компанії за допомогою преси, радіо, телебачення, інформаційних агентств. Увагу приділено питанням організації прес-конференцій та брифінгів.

Индекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)212.1я7 + Ч62в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА703253**

Паблік Рилейшнз: Навч. посіб. / К.М. Прохоренко; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. — Л.: Вид-во Львів. комерц. акад., 2005. — 93 с. — Бібліогр.: с. 92-93. — ISBN 966-8561-41-4. — укр.

Розглянуто історію становлення паблік рилейшнз (ПР), етапи, практичні аспекти її концепції. Проаналізовано відносини ПР з засобами масової інформації, державою та місцевою владою, працівниками підприємства та споживачами. Запропоновано методику оцінки ефективності ПР-програм, розкрито суть поняття трудового колективу. Наведено напрямки дослідження іміджу підприємства, викладено схему функціональної взаємодії комерційної структури з окремими органами державного управління. Визначено взаємозв'язок між маркетинговими комунікаціями та комунікаціями в ПР.

Индекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05 я73-1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА665723**

Планування та управління кар'єрою: навч. посіб. / О.В. Дубовик, О.В. Босак, Н.З. Шегинська; Нац. банк України, Ун-т банк. справи. — К., 2008. — 348 с. — Бібліогр.: 52 назв. — ISBN 978-966-484-026-9. — укр.

Розкрито сутність кар'єри й її типологію, особливості успішної професійної кар'єри. Проаналізовано роль мотивації в управлінні кар'єрою, цінності людини в процесі планування кар'єри. Визначено вплив корпоративної культури на процес перебігу кар'єри та фактори кар'єрного процесу. Проведено оцінку психологічних якостей і здібностей індивідів, наведено визначення психотипів та описано особливості темпераментів. Розкрито значення

іміджу керівника для успішної кар'єри, психологічні передумови його формування та формулу кар'єрного успіху. Розглянуто питання про конфлікт-менеджмент у процесі управління кар'єрою, наведено класифікацію конфліктів і способи їх управління, зокрема стресами як методу запобігання конфліктам. Висвітлено технології приймання на роботу, умови ефективного працевлаштування, методики складання резюме, рекомендаційного й аплікаційного листів, види співбесід і підготовки до них.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)24я73

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА714745

Проблеми іміджології: Зб. наук. доп. учасн. IV Міжнар. наук.-практ. конф., 16 трав. 2003 р. / Ред.: З.І. Тимошенко; Європ. ун-т, Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики, Тверськ. держ. ун-т, Тверськ. ін-т економіки і менедж., Опольськ. ун-т {м.Ополе, Польща}. — К., 2003. — 112 с. — Бібліогр.: 56 назв. — укр.

Висвітлено деякі аспекти наукових досліджень теоретичних проблем іміджології та практичних питань іміджу політичних діячів, підприємців, педагогічних працівників, а також створення іміджу державних і приватних організацій.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю952.2 я431(0) + Ю953 я431(0) + Ю782 я431(0) + Ф055.1 я431

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА652337

Процес утворення іміджу сучасного керівника і його психологічні функції / Л.В. Мазник, Д.А. Судика // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. — 2007. — N 23. — С. 29-34. — Бібліогр.: 11 назв. — укр.

Розглянуто імідж як складне соціально-психологічне явище, досліджено та проаналізовано стадії утворення іміджу сучасного керівника. Вивчено вплив іміджу керівника на мотивацію діяльності працівників.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)212.14 + Ю959.181

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж69879

Психологія менеджменту. Теорія і практика: Навч. посіб. / В. С. Лозниця. — К.: ЕксОб, 2001. — 512 с.: табл. — ISBN 966-7769-04-3. — укр.

Розкрито суть понять "психологія управління" та "психологія менеджменту". Розглянуто типи менеджерів в американській діловій культурі, а також типи керівників у практиці вітчизняних ділових стосунків. Висвітлено психологічні аспекти працевлаштування, підбору кадрів, поділу та кооперації праці, порівняно японську, американську та вітчизняну моделі управління виробництвом. Проаналізовано проблеми психології ділового спілкування, формування сприятливого психологічного клімату в колективі, психологічного іміджу організації, фірмового стилю. Наведено управлінські завдання, які базуються на психологічних методиках, а також вказівки до проведення тренінгів, рольових ігор, психологічних тестів.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю959.18 + Ю959.18с

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА616535

Реклама: навч. посіб / Г.О. Владимирська, П.О. Владимирський. — К.: Кондор, 2009. — 334 с. — Бібліогр.: с. 330-332. — ISBN 966-351-086-2. — укр.

Розкрито роль реклами в підприємницькій діяльності, проаналізовано особливості рекламного процесу у міжнародному контексті та в Україні. Висвітлено психологічні аспекти маркетингу, наведено характеристику рекламної кампанії як цілісної покрокової стратегії. Описано сучасні методи впливу на суспільну свідомість. Висвітлено питання організації діяльності рекламного агенства, розглянуто засоби створення іміджу торгової марки й інструменти стимулювання збуту. Визначено сутність основних понять брендінгу, наведено різні підходи щодо створення брендів в Америці, Японії, Україні.

Охарактеризовано засоби рекламного інформування, встановлено їх ефективність. Описано творчі методики рекламистів, компоненти фірмового стилю, принципи та прийоми роботи рекламного дизайнера. Визначено основні напрями розвитку сучасної реклами, розкрито особливості її створення для жінок і чоловіків.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)421.0-803.81 я73 + Ю959.91-997 я7

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА713204

Рекомендації міжнародної наукової конференції "Професійний імідж бібліотекаря інформаційного суспільства" // Бібл. вісн. — 2002. — № 6. — С. 44-45. — укр.

Наведено рекомендації міжнародної наукової конференції, яка відбулася 8 - 10 жовтня 2002 р. у Києві в НБУВ, зокрема, у галузі наукових досліджень щодо визначення основних пріоритетів у формуванні позитивного іміджу бібліотеки та бібліотекаря, розробки сучасної концепції сприйняття споживача інформації як рівноправного суб'єкта бібліотечних відносин, створення онлайн-центру обміну фаховою інформацією та постійно діючої електронної конференції "Бібліотеки: інновації, стратегії, технології"; а фондоутримувачам рукописних книг, стародруків і рідкісних видань XIX - XX ст., активізації роботи зі створення Державного реєстру книжкових пам'яток як складової реєстру національного культурного надбання та програми ЮНЕСКО "Пам'ять світу", започаткування бібліографічного видання - серії "Діячі бібліотечної справи". Значну увагу приділено правовому забезпеченню діяльності бібліотек, створенню та впровадженню новітніх інформаційних технологій, підготовці та підвищенню кваліфікації кадрів, а також розвитку фахової періодики.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч73 + Ч73р + Ч734

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж14595

Репутація компанії: управління і захист: монографія / О.А. Бурбело, Д.В. Солоха, А.М. Зінченко; Макіїв. екон.-гуманіт. ін-т. — Луганськ: Янтар, 2009. — 104 с. — Бібліогр.: 97 назв. — ISBN 978-966-678-283-3. — укр.

Розкрито сутність управління репутацією компанії (РК), управлінські та правові аспекти управління. Визначено роль репутації у розвитку компанії, основні підходи та стратегії управління РК, а також складові РК. Описано способи правового захисту інформації про РК, особливості захисту РК від Інтернет-загроз. Висвітлено правові аспекти електронних правочинів ділової репутації, спосіб захисту репутації на основі спростування інформації в ЗМІ. Охарактеризовано технології розвитку РК, зокрема, способи управління брендом компанії, технології з розвитку іміджу, основні способи оцінки РК. Розглянуто питання інноваційного забезпечення розвитку РК, визначено передумови його забезпечення у регіонах, порядок захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Індекс рубрикатора НБУВ: У010.35 + У9(4УКР)290 + Х839(4УКР)901.4:Ю782

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА724489

Самопрезентація як засіб створення позитивного іміджу особистості: автореф. дис... канд. психол. наук / О.М. Капустюк; АПН України. Ін-т психології ім. Г.С.Костюка. — К., 2007. — 19 с. — укр.

На засадах особистісно-ситуаційного підходу визначено чинники та засоби розгортання процесу самопрезентації в ситуації інтерактивної взаємодії. Запропоновано типологію самопрезентацій, що ґрунтується на сформованих у попередньому досвіді особистості способах досягнення нею позитивного іміджу. Наведено результати емпіричного дослідження впливу типу самопрезентації (особистісного, пластичного, експонованого) на вибір особистістю стратегії (пізнавальної, адаптивної, самозахисної) поведінки в широкому контексті інтерактивної взаємодії. Встановлено залежність між типом самопрезентації та характером проектування особистістю вектора самовизначення Я як суб'єкта самоактуалізації, зокрема, у функції реальної, поточної або пред'явленої ідентичності.

Проаналізовано психологічні відмінності між вибірками осіб чоловічої та жіночої статі за способом самопрезентації в ситуаціях інтерактивної взаємодії. Виокремлено особистісні детермінанти, що обумовлюють специфіку функціонування процесу самопрезентації у чоловіків і жінок. Доведено, що спеціальна організація процесу оволодіння особистісним типом самопрезентації сприяє консолідації психологічних утворень, які є механізмом і засобом створення особистістю позитивного Я-образу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю952.2 + Ю953

<http://www.nbuv.gov.ua/ard/2007/07kompio.zip>

Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: міжвуз. зб. наук. пр. Вип. 42 / Ред.: О.Л. Скідін; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, Нац. пед. ун-т ім. І.І.Мечникова, Одес. нац. ун-т ім. І.І.Мечникова, Класич. приват. ун-т. — К.; О.; Запоріжжя, 2009. — 254 с. — укр. Проаналізовано PR-технології як комунікативний механізм формування міжнародного іміджу України. Висвітлено світове спрямування та соціально-економічний розвиток постсоціалістичних країн. Описано соціальні технології впровадження страхової медицини. Розкрито соціально-економічні причини виникнення тіньової економіки в Україні. Визначено трансформаційні глобалізаційні процеси як чинник модернізації соціальної політики щодо регулювання соціальної безпеки, глобальні процеси та інформаційні технології як фактор поширення терористичної діяльності в соціумі.

*Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР) я54 + С5*12*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж69919

Соціально-психологічний імідж сучасного керівника: Автореф. дис... канд. психол. наук / Т.В. Скрипаченко; Ін-т психології ім. Г.С.Костюка АПН України. — К., 2001. — 18 с.: схем. — укр.

Розглянуто соціально-психологічне явище іміджу керівника через проблему його утворення. Дослідження процесу утворення іміджу як системи перцептивно обумовлених і діяльнісно опосередкованих уявлень про особистість керівника дозволило побудувати теоретичну модель даного процесу, виділити чинники, від яких залежить ступінь цілісності іміджу та його позитивний або негативний знак. За результатами емпіричного дослідження доведено, що процес утворення іміджу проходить певні стадії - від первинних вражень про людину до системного уявлення про неї. Системне уявлення про особистість складається з перцептивних, когнітивних і мотиваційно-оцінних компонентів. Цілісність іміджу залежить від внутрішньої психологічної узгодженості трьох соціально-психологічних компонентів: емоційно-поведінкових реакцій, індивідуально-характерологічних проявів особистості та її ділових якостей. Позитивний чи негативний знак іміджу залежить від загального ставлення до керівника, яке формується внаслідок позитивного або негативного емоційного сприймання його особистості, системного уявлення про нього та від відповідності змісту іміджу очікуванням людей. Розроблено рекомендації щодо цілеспрямованого створення позитивного іміджу керівника.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю959.181 + Ю782

<http://www.nbuv.gov.ua/ard/2001/01stvisk.zip>

Соціологічні дослідження як метод моделювання перспективної діяльності бібліотеки / Т.М. Костирко // Вісн. ОНУ. Сер. Бібліотекознавство, бібліографознавство, книгознавство. — 2008. — 13, N вип. 8. — С. 85-90. — укр.

Надано аналіз вивчення та аналітичної обробки анкет бібліотечних працівників щодо іміджу бібліотеки сучасного інформаційного суспільства. Показано об'єктивну картину діяльності бібліотеки та визначено шляхи подальшого функціонування та розвитку книгозбірні.

Описано роботу фокус-груп і зведеного каталогу бібліотек ВНЗ і Регіонального освітньо-інформаційного порталу бібліотек ВНЗ Миколаївщини.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч73 в81

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж69659

Сучасний практикум бізнес-реклами іміджу культурно-освітнього закладу на прикладі Київського національного університету культури і мистецтв / Н.І. Цімох // Вісн. Держ. акад. керів. кадрів культури і мистецтв. — 2007. — № 4. — С. 123-124. — Бібліогр.: 5 назв. — укр.

Розглянуто основні етапи реформування Київського національного університету культури і мистецтв (КНУКІМ) під керівництвом ректора М.М.Поплавського, який здійснив успішну спробу перетворення закладу на ВНЗ європейського рівня, центр розвитку традиційної та нової культури. Наведено матеріали про діяльність рекламно-інформаційного відділу КНУКІМ, стратегію й тактику розвитку ВНЗ з метою його популяризації в Україні. Розкрито особливості організації навчального процесу у КНУКІМ, висвітлено досягнення студентської молоді та випускників, зокрема, ансамблю народного танцю "Київ", театру сучасної хореографії "Сузір'я Аніко", балету "Дельсарт", художнього колективу "Кралиця" та ансамблю народної музики "Будьмо". Викладено основні положення концепції радикального реформування діяльності КНУКІМ, особливу увагу приділено формуванню нових конкурентоздатних перспективних спеціальностей, професорсько-викладацького складу, модернізації навчального процесу, впровадженню нових інформаційних і комп'ютерних технологій і створенню сприятливої атмосфери для розвитку творчих здібностей студентської молоді.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч484(4УКР)711.9 + Ч114(4УКР)

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж22799**

Сучасні підходи до формування іміджу організації / І.І. Колосовська // Наук. зап.: наук.-техн. зб. — 2006. — № 2. — С. 72-76. — укр.

Досліджено зміст поняття "імідж організації" з урахуванням сучасних надбань різних наукових галузей. Проаналізовано складові структури іміджу організації та чинники впливу на його формування.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)290

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж70173**

Сучасні тенденції формування професійного іміджу бібліотекаря (пленарне засідання) / Н. Маслакова // Бібл. вісн. — 2002. — № 6. — С. 2-5. — укр.

Подано звіт про міжнародну наукову конференцію "Професійний імідж бібліотекаря інформаційного суспільства", що відбулася 8 - 10 жовтня 2002 р. у Києві у Національній бібліотеці України ім. В.І.Вернадського. У рамках конференції відбулося 2 пленарних і 6 секційних засідань. Висвітлено актуальні проблеми збереження та поширення наукових знань за умов значного збільшення обсягу інформаційних ресурсів. Запропоновано концепцію підготовки сучасного бібліотечно-інформаційного фахівця та досвід її реалізації у Київському національному університеті культури і мистецтв. Значну увагу приділено міжнародному співробітництву у процесі обміну інформацією, співпраці бібліотечних закладів України із гуманітарно-культурологічними зарубіжними центрами.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч73 + Ч73р

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж14595**

Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу: Моногр. / Т.Б. Хомуленко, Ю.Г. Падафет, О.В. Скориніна; НДІ педагогіки та психології ім. В.О.Сухомлинського Харк. нац. пед. ун-ту ім. Г.С.Сковороди. — Х.: ВД "Інжек", 2005. — 272 с. — Бібліогр.: 181 назва — ISBN 966-392-036-X. — укр.

Розглянуто найважливіші аспекти дослідження іміджу державної установи, можливу сукупність факторів у їх взаємозв'язку, що безпосередньо впливають на її образ. Досліджено механізми формування іміджу органів влади. Узагальнено існуючі підходи до визначення

поняття "імідж" у державному управлінні. Проаналізовано зміст поняття "імідж державної установи", досліджено основні фактори впливу на його формування. Оцінено сучасний образ органу влади та його службовців у суспільній свідомості. Визначено складові механізми формування цілісного позитивного образу установи, розроблено рекомендації щодо побудови іміджу, здатного забезпечити її ефективне функціонування. Запропоновано комплекс методів дослідження особистісних характеристик службовців.

Індекс рубрикатора НБУВ: У010.444.4 + Ю953 + С5*666*332.111.322 + Ф055.1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА672557**

Технологія іміджу / В. Маценко. — К.: Главник, 2005. — 96 с. — (Псих. інструментарій). — Бібліогр.: с. 94. — ISBN 966-8479-15-7. — укр.

Наведено сучасні технології створення позитивного ділового іміджу. Розглянуто засоби підвищення зовнішньої та внутрішньої привабливості та посилення психологічного впливу на людей. Розроблено тести для визначення рівня сформованості особистісних якостей, необхідних для позитивного іміджу. Наведено вправи для розвитку вміння управляти мімікою та запропоновано техніку м'язової релаксації. Сформульовано правила мовної поведінки й охарактеризовано різні стратегії та тактики, що використовуються у процесі ділового спілкування.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю953

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА663845**

Формування іміджу авторитарного лідера в сучасних умовах / О. Шурко, А. Новик // Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв. — 2010. — Вип. 22. — С. 100-104. — Бібліогр.: 5 назв. — укр.

Висвітлено запити та потреби суспільства в сильному лідері авторитарного типу. Розглянуто різницю між іміджем демократичного й авторитарного лідера та їх специфіки формування.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф038.4

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж71870**

Формування іміджу і професійного здоров'я сучасного спеціаліста: навч. посіб. / В.К. Пузік, В.Д. Синявін, В.І. Хлопенко, Т.В. Бондаренко, К.Л. Паніна; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. — Х., 2009. — 296 с. — укр.

Розглянуто проблеми формування особистості сучасного спеціаліста, забезпечення його конкурентоспроможності на міжнародному ринку праці. Розкрито шляхи підвищення професійної майстерності та продуктивності праці фахівця без шкоди для його здоров'я. Висвітлено роль вищої школи та педагога у формуванні здорового способу життя і професійного здоров'я людини. Увагу приділено етнокультурним аспектам професійної адаптації, формуванню навичок професійного самовдосконалення, особливостям жіночого бодібілдингу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Р124.0 я7 + Ю952.2 я7 + Ю941.1-68 я7

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА728996**

Читацька активність бібліотекарів як фактор підвищення їхнього професійного іміджу / Т. Новальська // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В.І.Вернадського. — 2003. — Вип. 11. — С. 275-284. — Бібліогр.: 22 назв. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч730.326.015-31

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж70113**

Шляхи підвищення іміджу публічної бібліотеки в сучасних умовах / Ю. Ворона // Бібл. планета. — 2007. — N 4. — С. 41-42. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734.2 + Ч734(4УКР)751
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16548

Азбука паблік рілейшнз: навч. посіб. / М.М. Поплавський; Київ. нац. ун-т культури і мистец. — 2-е вид., доповн. і переробл. — К.: Дельта, 2007. — 288 с. — Бібліогр.: с. 268-279. — ISBN 978-966-8797-13-2. — укр.

Розкрито роль і значення паблік рілейшнз (ПР) у політичному, економічному та культурному житті суспільства. Викладено основний зміст ПР-діяльності. Надано тлумачення термінів, що сформувались і використовуються безпосередньо в ПР-практиці, зокрема, паблісіті, публічне консультування, ПР-менеджер, фокус-групи. Наведено приклади з ПР-практики інших країн світу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62в05я73
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА687125

До питання наукових розробок в галузі іміджу та PR / А. Митко // Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв. — 2009. — Вип. 21. — С. 136-140. — Бібліогр.: 39 назв. — укр.

Проведено дослідження в галузі іміджології та паблік рілейшнз зарубіжних і вітчизняних авторів, вивчення ними важливих аспектів загального сприйняття та оцінки політика, враження, яке він справляє на пересічних громадян і своїх колег, тобто його політичний імідж (образ). Охарактеризовано групи вчених, яких умовно поділено за критеріями підходів до визначення політичного іміджу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф055.1 + Ч62 в05
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж71870

Задачи исследования публик рилейшнз современных образовательных систем / К.А. Метешкин, П.Г. Краснящих, Е.К. Валевиц // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. — 2006. — 9, N 1. — С. 20-23. — Библиогр.: 14 назв. — рус.

На підставі аналізу сучасних умов розвитку вищої освіти запропоновано узагальнену модель зв'язків ВНЗ з громадськістю. Введено класифікацію зв'язків ВНЗ з громадськістю.

Сформульовано завдання в галузі дослідження складних слабкоструктурованих процесів організації в ВНЗ паблік рилейшнз.

Ключ. слова: паблік рилейшнз, модель связей вуза, слабкоструктурированные процессы, высшее образование.

*Індекс рубрикатора НБУВ: Ч484(4УКР)4 + С5*333.4*
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16622/соц
<http://www.nbuv.gov.ua/articles/2006/06mkames.html>

Зв'язки з громадськістю. Жанровий поділ PR-текстів: конспект лекцій / Уклад.: Т.С. Гринівський; О.З. Ножак; Чернів. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича. — Чернівці: Рута, 2008. — 96 с. — Бібліогр.: с. 95. — укр.

Розглянуто зміст поняття, функції, історію розвитку "паблік рилейшнз". Наведено загальну характеристику PR-шкіл, жанрову характеристику PR-текстів. Викладено основи PR-діяльності. Висвітлено місце тексту та жанру у системі піар-комунікацій. Увагу приділено етичним і правовим нормам діяльності спеціаліста у сфері PR, дослідженню етапів планування та проведення PR-кампаній. Розкрито зміст понять резюме, прес-рев'ю, медіа-текстів, буклета, проспекту, іміджевої статті, суміжних текстів, фактологічних жанрів, бекграундера, байлайнера.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА703312

Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Моногр. / В.М. Бебик; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. — К., 2005. — 440 с. — Бібліогр.: с. 432-437. — ISBN 966-608-513-5. — укр. Розглянуто питання менеджменту масових комунікацій, прес-служб і рекламного медіа-менеджменту у контексті змісту понять паблік рилейшнз і реклами. Розкрито суть понять політичної та соціальної комунікації, а також комунікаційні аспекти соціалізації. Наведено моделі та технології соціальної комунікації, зокрема, соціологічні, семіотичні, пропагандистські, іміджеві, психологічні та психотерапевтичні, інтернет-моделі. Проаналізовано особливості становлення національного інформаційного простору України.
Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05 + Ч620.4(4УКР) + Ю953 + А6 + С5*676 691
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА662765**

Комунікативна діяльність університету і паблік рилейшнз: Автореф. дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / І.О. Ільченко; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2004. — 20 с. — укр. Виявлено, що за умов інформаційного суспільства уперше в історії університетів внутрішні умови комунікаційного обміну доповнюються зовнішніми сприятливими соціокультурними умовами реалізації комунікативної дії. Зауважено, що нове зовнішнє конкурентне середовище в освітнянській та науковій сферах зумовлює надання комунікативним процесам університетів організованого характеру й виникнення таким чином комунікативної діяльності - системи операцій, спрямованих на впорядкування та оптимізацію комунікативного простору. Зазначено, що оптимізація комунікативної діяльності університетів потребує врахування суб'єкт-суб'єктивності, тотальності та глобальності соціальних дій в інформаційному суспільстві. Доведено, що оптимізація комунікативної діяльності університетів досягається за допомогою методів паблік рилейшнз (PR), серед яких є методи, адекватні природі й функціям університетів. Запропоновано рекомендації щодо використання PR-повідомлення в комунікативній діяльності вищих навчальних закладів (ВНЗ). Наведено результати проведеного контент-аналізу повідомлень керівників ВНЗ України, надрукованих у загальнонаціональних газетах "Дзеркало тижня", "Урядовий кур'єр", "Освіта України", "Освіта", регіональних "Слобідський край" та "Вечірній Харків", а також контент-аналізу головних сторінок Веб-сайтів українських і зарубіжних університетів.
Індекс рубрикатора НБУВ: С5*333.4
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ:

Масова комунікація: теорії моделі технології: [навч. посіб.] / О.Ф. Коновець. — К.: ЛГУ, 2009. — 266 с. — Бібліогр.: с. 251-262. — ISBN 966-531-196-4. — укр. Розглянуто базові поняття теорії комунікації, проаналізовано основні закономірності та способи впливу на масову свідомість. Описано моделі комунікації, зокрема, Р. Якобсона, Шеннона - Вівера, Т. Ньюкомба, Е. Роджерса, Т. Паттерсона, К. Левіна. Розкрито логіку медіа-дискурсу, розглянуто принципи та методи формування та використання різних типів комунікаційних технологій - іміджевих, "кризових", виборчих, пропаганди, паблік рилейшнз. Наведено матеріали про інформаційні війни, охарактеризовано сучасний стан і перспективи розвитку міжнародних інтеркультурних і науково-освітніх комунікацій за умов глобалізації та трансформації суспільних відносин.
Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 я73
Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА716474**

Научные основы исследований паблік рилейшнз / К.А. Метешкин, Е.К. Валевич // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. — 2005. — 8, N 1-2. — С. 18-22. — Библиогр.: 20 назв. — рус. Проаналізовано складні та різноманітні процеси, що забезпечують зв'язки з громадськістю. Дослідження паблік рилейшнз здійснюється на підставі системного аналізу. Виділено ідеалізований об'єкт дослідження. Зроблено висновки необхідності пошуків наукових

досліджень у царині паблік рилейшнз.

*Індекс рубрикатора НБУВ: С5*333.4*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16622/соц

<http://www.nbuv.gov.ua/articles/2005/05mkaipr.html>

Оценка эффективности публік рилейшнз / П.Г. Краснящих // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. — 2006. — 9, N 2. — С. 26-29. — Библиогр.: 4 назв. — рус.

Висвітлено питання оцінки ефективності паблік рилейшнз (ПР) та вплив на її результати економічних, соціальних, психологічних та інших чинників, проаналізовано методи виміру ефективності ПР.

*Індекс рубрикатора НБУВ: У521.21 + С5*333.4 + А6 + Ч62в05*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16622/соц

Паблік рилейшнз. Наукові основи, методика, практика: Підруч.: Для студ. вищ. закл. освіти / В.Г. Королько. — 2-е вид., допов. — К.: Видавн. дім "Скарби", 2001. — 400 с. — (Сер. "VERBA MAGISTRUM"). — Бібліогр.: с. 396-399. — ISBN 966-95789-6-5. — укр.
Відображено сучасні досягнення теорії та практики цивілізованих зв'язків з громадськістю. Розкрито суть поняття, принципи та функції паблік рилейшнз. Проаналізовано його шляхи становлення та розвитку. Висвітлено місце паблік рилейшнз у функціональній структурі організації. Визначено типи масових компаній, їх принципи й елементи. Наведено кодекс професійної поведінки та етики Міжнародної асоціації ПР (ШПА), Афінський кодекс, кодекс професійної поведінки інституту ПР (Англія), Європейський кодекс професійної поведінки в сфері ПР (Лісабонський кодекс), кодекс професійної етики українського журналіста, кодекс професійної етики російського журналіста, кодекс професійної етики спілки професійних журналістів США.

*Індекс рубрикатора НБУВ: А6я73 + У521.21я73 + С5*333.4я73*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВС35192

Паблік рилейшнз у глобалізованому світі: Моногр. / Є.Б. Тихомирова. — К.: Наук.-вид. центр "Наша культура і наука", 2004. — 489 с.: рис., табл. — Бібліогр.: с. 455-489. — ISBN 966-7821-26-9. — укр.

Висвітлено проблеми розвитку паблік рилейшнз за умов сучасних глобалізаційних трансформацій. Визначено зв'язки з громадськістю в транснаціональному середовищі, проаналізовано PR-діяльність міжнародних організацій та транснаціональних корпорацій. Розглянуто лобізм як чинник міжнародного піару. Запропоновано концепцію PR-забезпечення входження країни в глобалізаційний простір.

*Індекс рубрикатора НБУВ: А6 + С5*333.4 + Ч620.1*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА658292

Паблік рилейшнз: курс лекцій / С.Є. Петропавловська, О.В. Хмельницька, Н.В. Моїсеєва; Нац. авіац. ун-т. — К., 2007. — 48 с. — Бібліогр.: с. 48. — укр.

Розглянуто особливості формування у майбутніх фахівців умінь вирішувати практичні проблеми діяльності, спрямованої на зміцнення та розширення відносин з різними верствами суспільства, зміцнення репутації фірм, здійснення ділових комунікацій.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)212.1я73-2 + Ч62в05я73

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Р110110

Паблік рилейшнз: Навч. посіб. для дистанц. навчання / Л.В. Пізнюк; Відкритий міжнар. ун-т розв. людини "Україна". — К.: Ун-т "Україна", 2005. — 238 с. — (Мережа дистанц. навчання). — Бібліогр.: с. 148-150. — ISBN 966-7979-95-4. — укр.

Висвітлено основні етапи формування та розвитку Public Relations (PR) як виду професійної діяльності. Встановлено його призначення та функції, показано зв'язок з іншими науковими дисциплінами, зокрема комунікативного циклу. Розглянуто моделі PR та його організаційні

форми. Охарактеризовано структуру PR-служби, а також принципи, функції, етичні та правові основи діяльності PR-працівників. Проаналізовано особливості організації та реалізації PR-заходів, наведено методи досліджень інформації та громадської думки. Висвітлено питання формування галузевого PR та взаємодії PR-служби і ЗМІ.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)211.1 я73 + Ч62 в05 я73-1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА665038

Паблік рилейшнз: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г.Г. Почепцов. — К.: Знання, 2000. — 506 с. — (Вища освіта XXI ст.). — ISBN 966-620-022-8. — укр.

Розкрито основні поняття та процеси паблік рилейшнз - нової навчальної дисципліни про систему зв'язків із громадськістю, а також розглянуто сучасний комунікативний інструментарій, що використовується у різноманітних ситуаціях застосування паблік рилейшнз. Проаналізовано особливості різних видів паблік рилейшнз: політичних, урядових, фінансових, кризових, для бізнесу, силових структур і спецслужб. Доведено можливість вирішення деяких соціальних проблем методами паблік рилейшнз, охарактеризовано комунікації виразності, а також орієнтовані та стратегічні комунікації, комунікативний базис сучасних виборчих кампаній тощо.

*Індекс рубрикатора НБУВ: А6 я73 + С5*333.4 я73 + Ч62 в05*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА597720

Паблік рилейшнз (відносини із громадськістю) Форми, методи, стратегія: навч. посіб. / В.В. Зінченко. — К.: МАУП, 2006. — 168 с. — ISBN 966-8906-07-1. — укр.

Розглянуто сутність, форми, методи та стратегії паблік рилейшнз. Висвітлено правила роботи з групами громадськості, проблеми формування відносин між політико-економічними структурами, організаціями, установами та підприємствами. Розкрито особливості створення іміджу компанії за допомогою преси, радіо, телебачення, інформаційних агентств. Увагу приділено питанням організації прес-конференцій та брифінгів.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)212.1я7 + Ч62в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА703253

Паблік рилейшнз: Навч. посіб. / В.А. Мойсєєв. — К.: Академвидав, 2007. — 224 с. — (Альма-матер). — Бібліогр.: с. 220-223. — ISBN 978-966-8226-44-1. — укр.

Розглянуто сутність, принципи, нормативно-правові, етичні засади паблік рилейшнз (ПР) як сфери професійної діяльності. Визначено організаційно-психологічні умови їх ефективності, показано роль у забезпеченні фірми (організації). Висвітлено особливості використання ПР у політичній, економічній, соціально-гуманітарній сферах, державному управлінні та місцевому самоврядуванні. Викладено основні прийоми псевдотехнологій ПР ("чорних ПР") і обґрунтовано можливості протидії їм.

*Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05 я73 + С5*333.4 я73 + У521.11 я73*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА686684

Паблік Рилейшнз: Навч. посіб. / К.М. Прохоренко; Укоопспілка, Львів. комерц. акад. — Л.: Вид-во Львів. комерц. акад., 2005. — 93 с. — Бібліогр.: с. 92-93. — ISBN 966-8561-41-4. — укр.

Розглянуто історію становлення паблік рилейшнз (ПР), етапи, практичні аспекти її концепції. Проаналізовано відносини ПР з засобами масової інформації, державою та місцевою владою, працівниками підприємства та споживачами. Запропоновано методику оцінки ефективності ПР-програм, розкрито суть поняття трудового колективу. Наведено напрямки дослідження іміджу підприємства, викладено схему функціональної взаємодії комерційної структури з окремими органами державного управління. Визначено взаємозв'язок між маркетинговими

комунікаціями та комунікаціями в ПР.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05 я73-1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА665723

Реклама в современном обществе / Н.М. Лисица. — Х.: Основа, 1999. — 271 с. —

Библиогр.: 252 назв. — ISBN 5-7768-0608-9. — рус.

На основі теоретичних і експериментальних досліджень розглядається реклама як соціальний інститут, визначаються її функції і тенденції розвитку. Внаслідок контент-аналізу української реклами показано "інституціональну рефлексивність" реклами відповідно до тих основних ознак, котрі спостерігаються в суспільстві і схвалюються аудиторією споживачів реклами. Висвітлюються рекламні технології, життєві цикли реклами та їх особливості, соціальний прагматизм реклами, стратегія і тактика реклами, мотиви її споживачів, соціолінгвістика реклами, характеризуються особливості паблік рілейшинз, однієї з функцій менеджменту та ін.

*Індекс рубрикатора НБУВ: С5*665.42-803.81 + У9(4УКР)421.0-803.81*

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА588787

Роль реклами та "паблік рілейшнз" в трансформації наукової бібліотеки як культурно-інформаційного центру / О. Башун // Вісн. Кн. палати. — 1999. — N 5. — С. 15-17. —

Бібліогр.: 10 назв. — укр.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(4УКР)

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж15184

Сучасний стан некомерційної реклами в Україні: Автореф. дис... канд. філол. наук:

10.01.08 / Л.В. Березовець; Київ. ун-т ім. Т.Шевченка. Ін-т журналістики. — К., 1999. — 18 с. — укр.

Дисертацію присвячено дослідженню основних типів та характеристик некомерційної реклами. Вперше розроблено класифікацію реклами (соціальна, політична, соціально-політична та інституційна). Доведено походження некомерційної реклами від корпоративної на основі принципу соціальної відповідальності реклами. Узагальнено вітчизняну і світову практику законодавства у сфері некомерційної реклами, визначено основні ознаки некомерційної реклами за семантичними та графічними характеристиками, пристосовано і розширено систему невербальних елементів. Встановлено зв'язок між засобами масової інформації, паблік рілейшнз і некомерційною рекламою як невід'ємною частиною теорії ЗМК.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч620.1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ:

Фандрейзинг або мистецтво збирання коштів: Наук.-метод. рек. б-кам / О.В. Башун;

Донец. держ. облас. універс. наук. б-ка ім. Н.К.Крупської. — Донецьк, 1998. — 101 с. — Бібліогр.: 32 назв. — укр.

Розглядаються теоретичні питання фандрейзингу, тобто пошуку і залучення додаткових джерел фінансування. Розкриваються значення основних понять та методик, що введені за останні часи в практику роботи бібліотек: "паблік рілейшнз", пабліситі, лобіювання, грант, меценатство, волонтери та інші. Висвітлюється методика збирання коштів: кадри і структура управління, планування, ідентифікація, стратегія, розвиток, клопотання та опікунство. Узагальнюється досвід роботи бібліотек України і США.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч734(4УКР) к94

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА588981

PR - стосунки з громадськістю: навч. посіб. / Б.Р. Кияк; Акад. пр. і соц. відносин Федер. профспілок України. — К., 2009. — 288 с. — Бібліогр.: с. 280-285. — ISBN 978-966-614-041-1. — укр.

Висвітлено сутність і політико-економічні передумови виникнення паблік рілейшнз (PR) як складного, багатокомпонентного засобу комунікації, як науки та практики сучасного менеджменту, управління та спілкування. Розглянуто перспективи розвитку сфери PR. Увагу приділено таким спеціалізованим напрямом цієї діяльності, як корпоративна культура та соціальна відповідальність, правові й етичні норми PR, тактика PR і PR-технології, виставкова діяльність і ділове спілкування, методика та практика досліджень у PR.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА708668**

PR у державних організаціях: Матеріали наук.-практ. семінару, провед. Радою міністрів Автоном. республіки Крим і Міжрегіон. акад. упр. персоналом 13 груд. 2002 р. / В.В. Басалюков, В.М. Бебик, С.В. Куніцин, М.В. Рогожин, І.Ю. Слісаренко; Рада міністрів Автоном. республіки Крим, Міжрегіон. акад. упр. персоналом. — К.: МАУП; Сімф., 2003. — 55 с. — ISBN 966-608-296-9. — укр.

Проаналізовано взаємодію органів влади та засобів масової комунікації. Розглянуто паблік рілейшнз (PR) як складову державного управління та міжнародного і міждержавного спілкування. Висвітлено вплив PR на міжнародний авторитет України.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ч62 в05 + С5*676 я43

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА645015**

До питання наукових розробок в галузі іміджу та PR / А. Митко // Укр. нац. ідея: реалії та перспективи розв. — 2009. — Вип. 21. — С. 136-140. — Бібліогр.: 39 назв. — укр.

Проведено дослідження в галузі іміджології та паблік рілейшнз зарубіжних і вітчизняних авторів, вивчення ними важливих аспектів загального сприйняття та оцінки політика, враження, яке він справляє на пересічних громадян і своїх колег, тобто його політичний імідж (образ). Охарактеризовано групи вчених, яких умовно поділено за критеріями підходів до визначення політичного іміджу.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ф055.1 + Ч62 в05

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж71870**

Зв'язки з громадськістю в системі маркетингового менеджменту підприємств: Моногр. / Л.В. Балабанова, К.В. Савельєва; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. — Донецьк, 2005. — 273 с.: рис., табл. — (Шк. маркетинг. менедж.). — Бібліогр.: 134 назв. — ISBN 966-7634-76-0. — укр.

Розглянуто теоретичні та методологічні аспекти зв'язків із громадськістю за умов ринкової економіки. Висвітлено актуальні проблеми даних зв'язків, визначено їх можливості та значення для функціонування підприємств на сучасному етапі розвитку суспільства.

Викладено методологію проведення маркетингових досліджень PR-діяльності на підприємствах. Увагу приділено питанням вдосконалення PR-діяльності на основі комплексного та стратегічного підходів, використання запропонованої комплексної маркетингової системи потенціалу зв'язків з громадськістю, а також методиці формування стратегічних наборів, які враховують основні параметри PR-діяльності.

Індекс рубрикатора НБУВ: У521.21

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА660292**

Место и роль PR (паблік рілейшнз) в современном обществе / П.Г. Краснящих // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. — 2008. — 11, N 2. — С. 62-64. — Библиогр.: 4 назв. — рус.

Розглянуто стадії розвитку соціуму, формування рекламної індустрії, основні засоби PR,

формування інформаційно-комунікативних зв'язків.

Ключ. слова: традиционное общество, коммуникационные процессы, преодоление кризисов, общественность.

Индекс рубрикатора НБУВ: А6 + С5*333.4

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16622

Методы оценки деятельности PR-подразделения компании: Лучшее практ. рук. по планированию, исслед. и оценке связей с общественностью / Т. Уотсон, П. Нобл; Пер.: А.Ю. Сидоренко. — Д.: Баланс Бизнес Букс, 2006. — 272 с. — Библиогр.: с. 252-257. — ISBN 966-8644-82-4. — рус.

Рассмотрено понятие оценки и освещена хронология развития пиар-деятельности.

Проанализированы особенности психологии оценки и коммуникаций. Освещены вопросы культуры пиар-специалиста, приведены результаты исследований Линдэнманна, Уотсона, австралийских ученых. Представлены методики осуществления оценки деятельности СМИ, в частности, организация простой системы текущего контроля, пространственная модель оценки, корпоративная система. Описаны процессы построения профессиональной пиар-деятельности, особенности оценки эффективности коммуникаций в состоянии кризиса.

Индекс рубрикатора НБУВ: У521.11 + Ч62в

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА672567

Паблік рилейшнз в корпоративному брендингу: механізм управління та методологія оцінки: монографія / О. В. Кендюхов, К. Ю. Ягельська; Донец. нац. техн. ун-т. — Донецьк, 2010. — 225 с. — ISBN 978-966-2539-00-4. — укр.

Розглянуто сутність, зміст і сучасну концепцію паблік рилейшнз (PR). Обґрунтовано важливість використання PR в корпоративному брендингу, визначено взаємозв'язок PR з ефективністю діяльності підприємства. Висвітлено соціально-економічні аспекти використання PR-технологій, визначено залежність результативності виробництва від соціально-економічних стереотипів цільових груп. Запропоновано методи оцінки ефективності PR-діяльності на основі рівня репутації, витрат на проведення PR-заходів, кореляційного зв'язку між витратами на PR-програму та змінами в прибутку за рахунок реалізації PR-програм. Розкрито особливості використання системного підходу в брендингу, показано роль позиціонування в даному процесі, розроблено методи та критерії оцінки ефективності позиціонування.

Индекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)290-212.1

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: ВА732388

Професійні деструкції PR-менеджерів / О. І. Санніков, С. В. Заваленко // Наука і освіта. — 2009. — № 8. — С. 168-172. — Бібліогр.: 16 назв. — укр.

Показано особливості реалізації пошуку та розкриття психологічних механізмів формування і розвитку професійно зумовлених деструкцій особистості в професійній діяльності PR-менеджера. В результаті проведеного дослідження визначено чинники, що обумовлюють виникнення професійних деструкцій. Охарактеризовано основні професійні деформації менеджерів, що виявлені у більшості обстежених фахівців: авторитарність, соціальне лицемірство, консерватизм, емоційна індіферентність, агресивність, а також ущербність професійної позиції. Показано вплив деструкцій на професійний розвиток сучасного фахівця.

Ключ. слова: професійні деструкції, професійні деформації, особистість професіонала, PR-менеджер

Индекс рубрикатора НБУВ: Ю941.1-81

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: Ж16225

Реклама та PR у масовоінформаційному просторі: монографія / Т.Ю. Ковалевська, Н.В. Кондратенко, Н.В. Кутуза, О.О. Порпуліт, А.В. Ковалевська; Одес. нац. ун-т ім. І.І.Мечникова. — О.: Астропринт, 2009. — 400 с. — Бібліогр.: с. 367-391. — ISBN 978-966-190-119-2. — укр.

Проаналізовано рекламу та PR як концептуальні складники сучасного медіапростору, визначено кваліфікаційні ознаки та жанрові різновиди актуальних дискурсів, структурно-семантичні компоненти, їх впливову доміную та маніпулятивну природу із застосуванням методів новітньої парадигми нейролінгвістичного програмування. Систематизовано комплекс мовних і невербальних сугестогенів у котекстах ЗМІ, описано експериментальні методи дослідження реклами та PR, спрямованих на ефективне конструювання даних текстових масивів.

Індекс рубрикатора НБУВ: С5*333.4 + Ч620 + Ф055.1 + Ч620.164

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **ВА714904**

Соціально-психологічні засоби технологізації Public relations у сфері маркетингу:

Автореф. дис... канд. психол. наук / І.В. Клименко; Ін-т психології ім. Г.С.Костюка АПН України. — К., 2004. — 19 с. — укр.

Розглянуто питання соціально-психологічних засобів технологізації Public relations (PR) у сфері маркетингу. Проаналізовано соціально-психологічний інструментарій діяльності PR. Обґрунтовано доцільність та визначено потенційні можливості технологізації соціально-психологічних засобів PR. Запропоновано варіативну модель принципів побудови ефективних PR-технологій у сфері маркетингу. Виявлено домінуютне значення способу організації комунікативного простору для побудови ефективних PR-технологій. Розкрито потенційні можливості та визначено фактори ефективності впровадження різноманітних способів організації комунікативного простору PR-технологій у сфері маркетингу. З'ясовано механізми загальнопсихологічної динаміки індивідуально- та соціально-психологічних явищ, що становлять зміст PR-взаємодії та характер їх співвіднесення зі структурною та комунікативною організацією PR-технологій.

Індекс рубрикатора НБУВ: Ю953

http://www.nbuv.gov.ua/ard/2004/04kivrsm.zip

Е-PR: public relations в Інтернеті / І. Судол-Пуш // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Логістика. — 2008. — № 633. — С. 692-695. — Бібліогр.: 7 назв. — укр.

Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій викликав глибокі зміни в багатьох галузях науки та практичній діяльності підприємств, зокрема й у сфері public relations. Описано знаряддя public relations в Інтернеті та вплив комунікаційних технологій на цю сферу маркетингової діяльності. Представлено також роль Інтернету в діяльності public relations, зміни в реляціях між мас-медіа та підприємствами і чинники ефективного е-PR.

Індекс рубрикатора НБУВ: У9(4УКР)290-212.1 ф121

Шифр зберігання книги/журналу в НБУВ: **Ж29409/А**

Солонська Н. Г.

Культурно-просвітницька діяльність НБУВ // Бібл. Вісн. — 2006. — №5. — С. 43–46.

Солонская Н. Г.

Библиотека XXI столетия как центр культурного взаимообогащения // Библиотечная деятельность в условиях культурного и языкового разнообразия (из опыта работы библиотек Содружеств Независимых государств) : сб. ст.; Рос. Гос. Б-ка; Отдел межбибл. Взаимодействия с б-ками России и стран СНГ. — М. : «Пашков дом», 2009. — С. 137–151.

Солонська Н. Г.

Культурно-просвітницька діяльність національної бібліотеки: нова парадигма комунікаційної стратегії // Матеріали Міжнародної наукової конференції «Соціальні комунікації в стратегіях формування суспільства знань». 26–27 лют. 2009 р. ; М-во культури і туризму України; Харківська держ. акад. культури; Акад. мистецтв України; Ін-т культурології. – Х. : ХДАК, 2009. – С. 3–5.

Солонська Н. Г.

Рекламно-презентаційна діяльність національних бібліотек: концепція і моделі // «Львівська національна наукова бібліотека України імені В. І. Стефаника : історія і сучасність» ; Львів, 28–30 жовт. 2010 р.; доп. та повід. Міжнар. наук. конф. НАНУ ; ЛІННБ ім. В. Стефаника. – Л., 2010. – С. 57–61.

Солонська Н. Г.

Основоположні принципи культурно-просвітницької діяльності національних бібліотек // Формування Всеукраїнського інформаційного ресурсу з психолого-педагогічних питань та освіти: сучасний стан та шляхи розвитку (22–24 вер. 2010 р.) : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. ; Держ. пед. б-ка ім. В. Сухомлинського. – К., 2010.