**Електронні навчально-методичні видання**

**у вигляді збірників («хрестоматій») статей та уривків з наукових видань, які є об’єктом вивчення в рамках навчальних дисциплін відповідно до затвердженої навчальної програми**

**підготовки бакалаврів і магістрів**

(згідно з розпорядженням Науково-дослідної частини № 03-21 від 05.05. 2017 р.)

Дисципліна: **PR-менеджмент і бренд-менеджмент**

Спеціальність: Менеджмент (ОП бізнес-адміністрування), магістр (1 рік 9 місяців)

Кафедра управління та бізнес-адміністрування

Інститут післядипломної освіти та довузівської підготовки

Викладач: **Боришкевич І. І.**

Email: ira.boryshkevych@gmail.com

Список (не більше 10 позицій) наукових текстів, рекомендованих для включення у збірник текстів («хрестоматію»), що наявні у фондах наукової бібліотеки університету (згідно з електронним каталогом **http://lib.pu.if.ua/lib/**):

1. Булгакова О. В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку // *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2017. Вип. 13(1). С. 31-36.

2. Митко А. До питання наукових розробок в галузі іміджу та PR // *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку:* зб. наук. пр. Львів, 2008. Вип. 21. С. 136-140.

3. Санніков О. І., Заваленко О. І. Професійні деструкції PR– менеджерів // *Наука і освіта.* 2009. № 8. С. 168-173.

4. Рижий І. Б. Особливості планування рекламних кампаній // *Науково-інформаційний вісник Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького.* 2014. № 9. С. 281-287.

5. Харчук О. А. Сутність бренду як економічного поняття: виникнення, становлення та сучасні тенденції розвитку // *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* 2010. Вип. 13. С. 414-420.

6. Безрукова Н. В., Свічкарь В. А. Особливості бренд-менеджменту в транснаціональних корпораціях // *Ефективна економіка.* 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\_2014\_2\_24

7. Тихомирова Є. Б. Government relations і лобізм: спроба порівняльного аналізу // *Політикус.* 2015. Вип. 1. С. 15-18.

8. Гайдай Ю. В. Внутрішній бренд–менеджмент – невід’ємна частина організаційної культури підприємств торгівлі // *Університетські наукові записки.* 2013. № 4. С. 556-560.

Подавати даний список у відділ комп’ютеризації наукової бібліотеки або надсилати на адресу бібліотеки [**pnu-lib@ukr.net**](mailto:pnu-lib@ukr.net)

Контактна особа – Гуцуляк Олег Борисович, учений секретар наукової бібліотеки

**Телефон для довідок 59-61-10**

Перевірити наявність хрестоматії у бібліотеці можна за посиланням: http://lib.pu.if.ua/elibrary-res.php?a=хрестоматія&nom=2