



**ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА  
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА**

---

**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Рішення вченої ради університету  
*30 серпня 2023 року,*  
*протокол № 2.*

Ректор університету,  
голова вченої ради університету,  
доктор юридичних наук, професор

\_\_\_\_\_ Олег ОМЕЛЬЧУК

*30 серпня 2023 року*

м.п.

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
**навчальної дисципліни**  
**«СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ІМІДЖ**  
**ПУБЛІЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ»**  
**для підготовки на другому освітньому рівні**  
**здобувачів вищої освіти ступеня магістра**  
**за спеціальністю 281 Публічне управління та адміністрування**  
**галузі знань 28 Публічне управління та адміністрування**

м. Хмельницький  
2023

**РОЗРОБНИК:**

В. о. асистентки кафедри  
публічного управління та адміністрування  
28 серпня 2023 року

\_\_\_\_\_ Надія ЛАЛУЄВА

**СХВАЛЕНО**

Рішення кафедри публічного управління та адміністрування  
28 серпня 2023 року, протокол № 1.

Завідувач кафедри, доктор наук з державного  
управління, кандидат економічних наук,  
професор  
28 серпня 2023 року

\_\_\_\_\_ Едуард ЩЕПАНСЬКИЙ

Деканеса факультету управління та економіки,  
кандидатка економічних наук,  
доцентка  
28 серпня 2023 року

\_\_\_\_\_ Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

**ПОГОДЖЕНО**

Рішення методичної ради університету  
28 серпня 2023 року, протокол № 1.

Голова методичної ради університету,  
кандидатка наук з  
державного управління, доцентка  
28 серпня 2023 року

\_\_\_\_\_ Ірина КОВТУН

## ЗМІСТ

		Стор.
1.	Опис навчальної дисципліни	4
2.	Заплановані результати навчання	5
3.	Програма навчальної дисципліни	8
4.	Структура вивчення навчальної дисципліни	8
	4.1. Тематичний план навчальної дисципліни	11
	4.2. Аудиторні заняття	12
	4.3. Самостійна робота студентів	12
5.	Методи навчання та контролю	12
6.	Схема нарахування балів	13
7.	Рекомендовані джерела	13
	7.1. Основні джерела	13
	7.2. Допоміжні джерела	13
8.	Інтернет-джерела	14

## 1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	– 28 Публічне управління та адміністрування
2. Код і назва спеціальності	– 281 Публічне управління та адміністрування
3. Назва освітньої програми	– Освітньо-професійна програма «Магістр публічного управління та адміністрування. Територіальне управління та місцеве самоврядування»
4. Назва дисципліни	– Соціальна відповідальність та імідж публічної організації
5. Тип дисципліни	– вибіркова
6. Код дисципліни	– МППВ 1.5
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	– другий
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	– магістр
9. Курс / рік навчання	– перший
10. Семестр	– перший
11. Обсяг вивчення дисципліни:	
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС /годин)	– 4,0 / 120
2) денна форма навчання:	
аудиторні заняття (годин)	– 36
% від загального обсягу	– 30
лекційні заняття (годин)	– 18
% від обсягу аудиторних годин	– 50
семінарські заняття (годин)	– 18
% від обсягу аудиторних годин	– 50
самостійна робота (годин)	– 84
% від загального обсягу	– 70
тижневих годин:	
аудиторних занять	– 2
самостійної роботи	– 4,7
3) заочна форма навчання:	
аудиторні заняття (годин)	– 16
% від загального обсягу	– 13,33
лекційні заняття (годин)	– 8
% від обсягу аудиторних годин	– 50
семінарські заняття (годин)	– 8
% від обсягу аудиторних годин	– 50
самостійна робота (годин)	– 104
% від загального обсягу	– 86,67
тижневих годин:	
аудиторних занять	– 0,9
самостійної роботи	– 5,8
12. Форма семестрового контролю	– залік
13. Місце дисципліни в логічній схемі:	

1) попередні дисципліни	– -
2) супутні дисципліни	– МППВ 1.4 Лідерство, team-building та ефективні комунікації МППВ 1.7 Антикорупційна політика та запобігання корупції в публічному управлінні
3) наступні дисципліни	МППВ 3.1 Соціальна і гуманітарна політика
14. Мова вивчення дисципліни	– українська.

## 2. Заплановані результати навчання

<p><b>Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення навчальної дисципліни</b></p>	<p><b>Загальні компетентності:</b>  <b>ЗК 1.</b> Здатність абстрактно, критично мислити, аналізувати сучасні соціально-економічні проблеми розвитку суспільства, синтезувати отримані знання та формувати обґрунтовані пропозиції, стверджувати власну життєву позицію.  <b>ЗК 2.</b> Здатність працювати в команді та рухатись до спільної мети, бути лідером, мотивувати людей, діяти соціально-відповідально та свідомо.  <b>Спеціальні компетентності:</b>  <b>СК 1.</b> Здатність налагоджувати соціальну взаємодію, співробітництво, попереджати та розв'язувати конфлікти, дотримуватися балансу інтересів учасників ділового спілкування.  <b>СК 5.</b> Здатність представляти органи публічного управління у відносинах з іншими державними органами та органами місцевого самоврядування, громадськими об'єднаннями, підприємствами, установами і організаціями незалежно від форм власності, громадянами та налагоджувати ефективні комунікації з ними.</p>
<p><b>Результати навчання</b></p>	<p><b>РН 08.</b> Уміти здійснювати ефективну комунікацію, аргументувати свою позицію, використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології у сфері публічного управління та адміністрування на засадах соціальної відповідальності, правових та етичних норм.  <b>РН 10.</b> Представляти органи публічного управління й інші організації публічної сфери та презентувати для фахівців і широкого загалу результати їх діяльності.</p>

***Після завершення вивчення дисципліни здобувач повинен продемонструвати такі результати навчання:***

### ***1. Знання***

*(здатність запам'ятовувати або відтворювати факти (терміни, конкретні факти, методи і процедури, основні поняття, правила і принципи, цілісні теорії тощо)*

1.1) знати предмет, базові категорії та поняття навчальної дисципліни «Соціальна відповідальність та імідж публічної організації»

1.2) знати теоретичні основи, значення та роль соціальної відповідальності та іміджу публічної організації;

1.3) характеризувати принципи, підходи, види соціальної відповідальності;
1.4) виокремлювати сучасні інструменти формування позитивного іміджу публічної організації
<b>2. Розуміння</b> <i>(здатність розуміти та інтерпретувати вивчене, уміння пояснити факти, правила, принципи; перетворювати словесний матеріал у, наприклад, математичні вирази; прогнозувати майбутні наслідки на основі отриманих знань)</i>
2.1) пояснювати зміст дефініцій основних термінів, що розкривають суть соціальної відповідальності та іміджу
2.2) володіти загальнонауковими та спеціальними методами дослідження процесів формування та вдосконалення іміджу;
2.3) інтерпретувати докорінні зміни, що відбуваються у сучасних комунікаційних системах;
2.4) обговорювати роль та значення соціальної відповідальності в публічному управлінні;
<b>3. Застосування знань</b> <i>(здатність використовувати вивчений матеріал у нових ситуаціях (наприклад, застосувати ідеї та концепції для розв'язання конкретних задач)</i>
3.1) вміти демонструвати здатність ефективної комунікації, долаючи комунікативні бар'єри; навчитися використовувати різні засоби та прийоми комунікаційних стратегій;
3.2) вміти логічно, послідовно та аргументовано усно і письмово висловлювати міркування щодо основних аспектів соціальної відповідальності та іміджу публічної організації;
3.3) застосовувати знання з навчальної дисципліни для підвищення власної професійної комунікативної компетентності, навичок критичного мислення, подолання соціальних стереотипів;
3.4) застосовувати сучасні технології формування сучасного іміджу публічної організації;
3.5) набути елементарних вмінь та навиків з планування та проведення соціологічних досліджень у публічному управлінні.
<b>4. Аналіз</b> <i>(здатність розбивати інформацію на компоненти, розуміти їх взаємозв'язки та організаційну структуру, бачити помилки й огріхи в логіці міркувань, різницю між фактами і наслідками, оцінювати значимість даних)</i>
4.1) формувати і аналізувати звітність про здійсненні заходи у сфері покращання іміджу в публічному управлінні та правильно інтерпретувати отриману інформацію;
4.2) аналізувати комунікативні явища за допомогою різноманітних теоретичних моделей соціальної взаємодії, соціальної структури, соціальних змін;
4.3) порівнювати основні інструменти формування позитивного іміджу публічної організації.
<b>5. Синтез</b> <i>(здатність поєднувати частини разом, щоб одержати ціле з новою системною властивістю)</i>
5.1) розглянути основні відмінності культур та проаналізувати сучасні зміни культури в епоху глобалізації; показати значення культурних змін для взаємодії культур; довести необхідність виховання толерантної особистості;

5.2) показати нові типи, види, форми та моделі соціальної відповідальності та іміджу;
5.3) вільно володіти категоріальним базисом науки про соціальну відповідальність та імідж для взаємодії комунікативних теорій з іншими галузями соціо-гуманітарного знання;
5.4) розуміти головні засади прикладних соціологічних досліджень в публічному управлінні;
5.5) обґрунтовувати необхідність соціальної відповідальності публічної організації та формування позитивного іміджу;
<b>6. Оцінювання</b> <i>(здатність оцінювати важливість матеріалу для конкретної цілі)</i>
6.1) оцінювати значення знань тем з курсу «Соціальна відповідальність та імідж публічної організації» для формування високого рівня культури працівника;
6.2) аргументувати необхідність застосування комунікативних теорій та прикладних досліджень в галузі для подолання наявних проблем у публічному управлінні в Україні;
6.3) оцінювати рівень соціальної відповідальності публічної організації;
6.4) оцінювати імідж публічної організації;
<b>7. Створення (творчість)</b> <i>(здатність до створення нового культурного продукту, творчості в умовах багатомірності та альтернативності сучасної культури)</i>
7.1) демонструвати навички пошукової роботи, здатність самостійно планувати та проводити прикладні соціологічні дослідження;
7.2) пропонувати шляхи формування та удосконалення іміджу публічної організації;
7.3) знаходити механізми реалізації функції соціальної відповідальності публічної організації;
7.4) навчитися користуватися набутими знаннями при введенні ділових переговорів, зустрічах, презентаціях та у сфері трудових відносин; вміти толерантно ставитися до представників інших культур не дивлячись на їхні національні цінності, норми, правила та переконання;
7.5) презентувати результати проведених досліджень у вигляді есе, презентацій, конспектів; опанувати вмінням проявляти увагу і толерантність до іншої (й інакшої) думки у процесі комунікації.

### 3. Програма навчальної дисципліни

#### Тема 1. Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку

Сутність категорії «соціальна відповідальність». Наукові підходи до визначення сутності соціальної відповідальності. Суб'єкти, об'єкти та компоненти соціальної відповідальності. Суб'єкти соціальної відповідальності на різних рівнях. Соціальна відповідальність та інтереси її головних суб'єктів.

Зміст концепції сталого розвитку. Реалізація концепції сталого розвитку на засадах соціальної відповідальності. Оцінка позитивних наслідків соціально відповідальних дій у реалізації принципів сталого розвитку в Україні.

Види соціальної відповідальності. Відмінні ознаки правової та соціальної відповідальності. Підстави соціальної відповідальності. Принципи соціальної відповідальності.

## **Тема 2. Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства.**

Соціальна відповідальність людини як основа соціальної відповідальності бізнесу, держави і суспільства.

Поняття, ознаки і соціальна відповідальність громадянського суспільства. Структура громадянського суспільства. Характерні ознаки громадянського суспільства. Умови життєздатності громадянського суспільства. Основний атрибут громадянського суспільства. Принципи громадянського суспільства. Специфіка громадянського суспільства в Україні. Основні законодавчі перешкоди діяльності громадських та благодійних організацій в Україні. Вимоги до законодавства в контексті розвитку громадянського суспільства які слід реалізувати в Україні.

Соціальна роль держави у сучасній економіці. Механізм реалізації функції соціальної відповідальності держави. Соціальна стратегія держави.

Принципи, інструменти та напрями та державної політики в процесі формування простору взаємодії людини, держави, бізнесу, і суспільства. Взаємозв'язок та взаємодія між державою, бізнесом та громадянським суспільством у контексті моделі сталого розвитку. Моделі державних політик по реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Європейському Союзі. Напрями та інструменти державної політики із формування соціально відповідальної поведінки.

## **Тема 3. Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.**

Соціальна відповідальність корпорації як бізнес-стратегія: еволюція концепції, поняття, моделі. Стратегічні цілі та інструменти реалізації зарубіжних моделей соціальної відповідальності бізнесу. Порівняння української та європейської практики корпоративної соціальної відповідальності. Напрями корпоративної соціальної відповідальності. Аргументи за і проти проведення компанією політики соціальної відповідальності.

Система управління корпоративної соціальної відповідальності. Підходи до розуміння проблем управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ). Етапи механізму стимулювання соціально-відповідального управління.

Політика управління корпоративною соціальною відповідальністю та внутрішній контроль за її реалізацією. Формування системи корпоративної соціальної відповідальності. Рівні застосування корпоративної соціальної відповідальності. Етапи впровадження внутрішнього контролю за реалізацією політики корпоративної соціальної відповідальності. Напрями реалізації політики корпоративної соціальної відповідальності.

Вплив державної політики на формування організаційно-економічних механізмів управління корпоративною соціальною відповідальністю в Україні. Система показників оцінки рівня дотримання принципів соціальної відповідальності підприємствами. Заходи посилення соціальної відповідальності підприємств України.

## **Тема 4. Формування відносин із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.**

Поняття стейкхолдерів. Групи стейкхолдерів. Інструменти взаємодії зі стейкхолдерами. Рівень і методи залучення стейкхолдерів. Оцінка роботи зі стейкхолдерами.

Взаємодія зі стейкхолдерами як основний принцип соціальної відповідальності. Типологія взаємовідносин підприємства із стейкхолдерами. Напрями взаємодії стейкхолдерів з підприємством.

Втручання влади в діяльність компанії: вітчизняний і закордонний досвід.



### **Тема 5. Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.**

Зміст, способи і об'єкти моніторингу корпоративної соціальної відповідальності. Моніторинг діяльності підприємства у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Визначення моніторингу корпоративної соціальної відповідальності. Основні функції моніторингу. Основні принципи корпоративної соціальної відповідальності.

Параметри моніторингу корпоративної соціальної відповідальності та їх характеристики.

Соціальна звітність як інформаційна база моніторингу корпоративної соціальної відповідальності. Міжнародні стандарти соціальної звітності. Етапи підготовки та розповсюдження корпоративного соціального звіту.

### **Тема 6. Імідж як феномен сучасного світу.**

Імідж та його природа. Іміджелогія в комплексі наук. Історія виникнення поняття. Характеристики та особливості іміджу. Імідж та закони соціальної психології. Особливості загальної та прикладної іміджелогії.

Рейтинг, репутація, престиж, авторитет. Типи іміджу: дзеркальний, поточний, бажаний, особистий, реальний, корпоративний, закритий, міфологічний, множинний, позитивний, негативний, демонстративний, професійний, габітарний. Елементи створення іміджу.

Функції іміджу: ідентифікації, ідеалізації, позиціонування. Ціннісні функції іміджу. Технологічні функції. Світоглядні функції. Функції форматизації та міфологізації. Інструментарій іміджу: позиціонування, маніпулювання, міфологізація, емоціоналізація, механізм впливу на людину, форматування, вербалізація, деталізація, акцентування інформації, дистанціювання, метафоризація.

### **Тема 7. Етапи створення іміджу публічної організації та технології його формування**

Програма створення іміджу. Етапи формування іміджу. Практичні стадії створення іміджу. Фактори впливу на формування іміджу. Умови та чинники впливу на імідж. Економічний та соціальний ефект позитивного іміджу. Цінності позитивного іміджу. Вплив іміджу на підвищення ефективності діяльності та посилення конкурентних переваг публічної організації.

Технологія формування іміджу. Риторичні прийоми. Технологія цілеспрямованого формування індивідуального та корпоративного іміджу. Етапи входження в образ. Принципи формування іміджу: повторення, безперервне посилення впливу, подвійний виклик. Вимоги до процесу формування іміджу публічного управлінця.

Основні ознаки іміджу ділової людини. Вміння слухати. Аргументи мовчання. Етикет знайомства. Основні «Заповіді бізнесу». Професійні особливості роботи іміджмейкера. Мета і завдання іміджмейкера. Видові спеціалізації іміджмейкера. Категорії фахівці в галузі формування іміджу. Переваги і недоліки професії іміджмейкера.

### **Тема 8. Інструменти формування іміджу публічного службовця.**

Чинники формування позитивного іміджу публічного службовця. Основні групи технік формування іміджу публічного службовця. Імідж-аудит як один із інструментів формування іміджу публічного службовця. Технологія проведення імідж-аудиту.

Управління особистим іміджем публічного службовця, основні стратегії та тактика. Елементи проектування іміджу публічного службовця. Імідж державної установи, основні ознаки.

### Тема 9. Особливості іміджу країни.

Складові іміджу країни. Зовнішній імідж країни: основні механізми формування, підтримання, корекції та управління. Внутрішній імідж країни: умови формування. Об'єктивні іміджі країни (економічний, соціальний, гуманітарний, політичний, культурний, економічний тощо.). Роль ЗМІ у процесі створення іміджу країни.

Основні функції іміджу країни. Суб'єктивні та об'єктивні фактори побудови іміджу країни. Соціальні цінності як чинник формування іміджу країни. Соціально-психологічні особливості формування іміджу країни.

Крос-культурні комунікації: сутність, специфіка, характерне. Особливості побудови іміджу України.

## 4. Структура вивчення навчальної дисципліни

### 4.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин											
		Денна форма						Заочна форма					
		усього	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	с	лаб	інд	с.р.		л	с	лаб	інд	с.р.
1.	Соціальна відповідальність як чинник стійкого розвитку.	13	2	2	-	-	9	14	1	1	-	-	12
2.	Соціальна відповідальність людини, держави та суспільства.	13	2	2	-	-	9	13	1	1	-	-	11
3.	Організаційно-економічне забезпечення управління корпоративною соціальною відповідальністю.	16	2	2	-	-	12	14	1	1	-	-	12
4.	Формування відносин із зовнішніми організаціями на засадах соціальної відповідальності.	13	2	2	-	-	9	13,5	1	0,5	-	-	12
5.	Моніторинг корпоративної соціальної відповідальності.	13	2	2	-	-	9	13,5	1	0,5	-	-	12
6.	Імідж як феномен сучасного світу.	13	2	2	-	-	9	13,5	0,5	1	-	-	12

7.	Етапи створення іміджу публічної організації та технології його формування	13	2	2	-	-	9	13,5	0,5	1	-	-	12
8.	Інструменти формування іміджу публічного службовця.	13	2	2	-	-	9	12	1	1	-	-	10
9.	Особливості іміджу країни.	13	2	2	-	-	9	13	1	1	-	-	11
	<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	-	-	<b>84</b>	<b>120</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	-	-	<b>104</b>

#### 4.2. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські (практичні) заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбачених тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються в підрозділі 1.2 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських (практичних) занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань та методичні рекомендації для підготовки до занять визначаються в підрозділі 1.3 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

#### 4.3. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів включає завдання до кожної теми та індивідуальні завдання.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в підрозділі 1.4 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

4.3.3. Завдання для самостійної роботи студентів та методичні рекомендації до їх виконання визначаються в підрозділі 1.4 навчально-методичних матеріалів з дисципліни.

#### 5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) слайдові презентації.

На семінарських та практичних заняттях застосовуються:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- вирішення ситуаційних завдань;
- повідомлення про виконання індивідуальних завдань;

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

- 1) усне або письмове (у тому числі тестове) блицопитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;
- 2) усне або письмове(у тому числі тестове) опитування на семінарських заняттях;
- 3) виконання поточних контрольних робіт у формі тестування;
- 4) захист підготовленого звіту про виконання ІНДЗ;
- 5) захист підготовленого публічного виступу.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі заліку.

Структура залікового білету включає три теоретичних питання.

## 6. Схема нарахування балів

6.1. Нарахування балів студентам з навчальної дисципліни здійснюється відповідно до такої схеми:



6.2. Обсяг балів, здобутих студентом під час лекцій з навчальної дисципліни, обчислюється у пропорційному співвідношенні кількості відвіданих лекцій і кількості лекцій, передбачених навчальним планом, і визначається згідно з додатками 1 і 2 до Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова.

## 7. Рекомендовані джерела

### 7.1. Основні джерела

1. Бугрим В.В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навч. посіб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ: Київський університет, 2013. 255 с.
2. Барна Н.В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред. В. М. Бебика. Київ: Університет «Україна», 2008. 217 с.

3. Бондаренко І.С. Іміджологія: Психологія іміджу : навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 122 с.
4. Бондаренко І.С. Іміджологія: Імідж особистості : навч.-метод. посібн. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю». Запоріжжя: ЗНУ, 2014. 162 с.
5. Бондаренко І.С. Іміджологія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2016. 320 с.
6. Грищук В.К. Соціальна відповідальність: навчальний посібник, Львівський університет внутрішніх справ, 2012. 152 с.
7. Малімон В.І. Комунікативні технології в публічному управлінні: навчально-методичні матеріали. Івано-Франківськ: ІФОЦППК, 2018. 51 с.
8. Євтушенко В. Оцінка КСВ: методи, об'єкти, показники. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 46. С. 53–63.
9. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник / О. Денис, О. Дубовик, А.Я. Кузнєцова, Є.Е. Матвєєв, О.М. Петрое, Т.С. Смовженко, І.З. Сторонянська, С.В. Шульц; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т.С. Смовженко, д-ра екон. наук, проф. А.Я. Кузнєцової. Друге вид., доповн. Київ: УБС НБУ, 2010. 384 с.
10. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: підручник / Саприкіна М.А., Ляшенко О., Саєнсуєс М.А., Місько Г.А., Зінченко А.Г.; за наук. ред. Редькіна О.С., Київ: ТОВ «Фарбований лист», 2011. 480 с.
11. Котлер Ф., Ненсі Л. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
12. Петрое О.М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 152 с.
13. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. Київ: Вид-во «Енергія», 2008. 96 с.
14. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. Київ: КНЕУ, 2012. 501 с.
15. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.
16. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Н.М. Сіренко, Т.І. Лункіна, А.В. Бурковська. Миколаїв: МНАУ, 2021. 216 с.

## **7.2. Допоміжні джерела**

1. Гусєв А. Комунікативні технології інформаційного суспільства: монографія. Кропивницький: Імекс-ЛТД, 2020. 142 с.
2. Bolotova O.O. Analysis of public relations in the context of public policy implementation in the country / O.O. Bolotova. *Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ*: матеріали V Всеукр-ої наук.-практ. конф. з дистанційною участю (24 бер. 2021 р., м. Херсон). Херсон: ДВНЗ «ХДАУ», 2021. С. 238–240.
3. Bolotova O. Ways of improvement of public service in Ukraine. *Публічне управління: проблеми та перспективи*: матеріали міжнар. науково-практ. інтернет-конф. (25 жовт. 2019 р., м. Харків). Харків: ТОВ «Константа», 2019. С. 21–25.

4. Грузд М.В. Професіональний розвиток публічного службовця. Навчання публічних службовців : новітні тенденції та технології : матеріали наук.-практ. конф. за міжнародною участю (31 жовт. – 1 груд. 2019 р., м. Київ). Київ: НАДУ, 2019. Т. 1. С. 76–78.

5. Грузд М.В. Участь інститутів громадянського суспільства в становленні держави соціального добробуту. *Право та державне управління*. 2019. № 2 (35). Т. 1. С. 174–180.

6. Арсенович Л.А. Формування позитивного іміджу державних інституцій у сфері зв'язку та діджиталізації: досвід країн ЄС. *Державне управління: теорія та практика*. 2018. С. 100–106. URL: <http://wnww.epatp.academy.gov.ua/pages/dop/22/files/67a12d71-b870-4ce5-805e4feb87d54bfc.pdf>.

7. Артишкова І.В. Застосування брендингу особистості для створення ділової репутації. *Модернізація та наукові дослідження: парадигма інноваційного розвитку суспільства і технологій*: матеріали II Міжнародної наук.-практ. конф. (м. Київ, 24–25 січня 2020 р.) / ГО «Інститут інноваційної освіти»; Науково-навчальний центр прикладної інформатики НАН України. Київ: ГО «Інститут інноваційної освіти», 2020. 216 с.

8. Вербицька Г. Міжнародний імідж України: проблеми та шляхи формування. URL: [http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1\\_1/knukim\\_zbirka\\_170x265mm\\_#СМЯК\\_part2\\_print.pdf](http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_1/knukim_zbirka_170x265mm_#СМЯК_part2_print.pdf).

9. Верех С.М. Етика поведінки державних службовців: стан, проблеми і шляхи їх вирішення. URL: <http://kds.org.ua/ru/blog/etika-povedinkiderzhavnih-sluzhbovtsiv-stanproblemi-i-shlyahi-ih-virishennya>.

10. Даниленко С.А. Відкритість та прозорість влади: механізм регулювання взаємодії зі ЗМІ на регіональному рівні: дис. канд. наук з держ. управл. Одеса, 2018. 267 с. URL: [http://www.oridu.odessa.ua/8/4/doc/dis\\_danilenko.pdf](http://www.oridu.odessa.ua/8/4/doc/dis_danilenko.pdf).

11. Лаврентій А.С. Імідж як предмет наукового аналізу. *Вісник Національної академії публічного управління при Президентіві України. Серія «Державне управління»*. 2019. № 3. С. 30–38.

12. Рушелюк І.О. Формування позитивного іміджу державного службовця. *Публічне управління та адміністрування*: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. проблемам публічного управл. (Житомир, 15 травня 2020 р.) Житомир, 2020. С. 806. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/15.-publichne-upravlinnyata-administruvannya.pdf>.

13. Сіماشко І.П. Формування позитивного іміджу державного службовця. *Публічне управління та адміністрування*: матеріали наук.-практ. конф., присвяч. проблемам публічного управл. Житомир, 2020. С. 817. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/05/15.-publichne-83-upravlinnya-ta-administruvannya.pdf>.

14. Лункіна Т.І. Основні аспекти формування соціальної звітності: іноземний і вітчизняний досвід. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 2 (37). С. 458–466.

### **8. Інформаційні ресурси**

1. <http://www.rada.gov.ua> – Веб-портал Верховної Ради України
2. <http://www.president.gov.ua> – Веб-портал Адміністрації Президента України
3. <http://www.kmu.gov.ua> – Веб-портал Кабінету Міністрів України
4. <http://nbuv.gov.ua/> – Веб-сайт Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського
5. <http://gntb.gov.ua/ua/> – Веб-сайт Веб-сайт державної науково-технічної бібліотеки України
6. <http://www.ounb.km.ua/> – Веб-сайт Хмельницької обласної універсальної наукової бібліотеки
7. <http://www.adm.km.ua/> – Веб-сайт Хмельницької облдержадміністрації