

**Форма опису програми екзамену**  
**Затверджено на засіданні кафедри НАЗВА**  
**протокол № 4 від 6 листопада 2024 року**

Поля форми	Опис полів
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю	
<b>ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ</b> з дисципліни «Управління проєктами в сфері соціальних комунікацій»	
Курс	<b>IV курс (7 семестр)</b>
Освітня програма	061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»
Форма проведення: <b>письмова / усна / комбінована</b>	<b>Комбінована:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Змістовий модуль «Європейська проєктна практика в сфері комунікацій» – тест;</li> <li>- Змістовий модуль «Корпоративні комунікації» – захист індивідуального проєкту;</li> <li>- Змістовий модуль «Управління антикризовими комунікаціями» – тест.</li> </ul>
Тривалість проведення:	2 години на написання
Максимальна кількість балів: <b>40 балів</b>	<b>40 балів:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Європейська проєктна практика в сфері комунікацій» – 13 балів;</li> <li>- «Корпоративні комунікації» – 14 балів;</li> <li>- «Управління антикризовими комунікаціями» – 13 балів.</li> </ul>
Критерії оцінювання:	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. У частині іспиту зі ЗМ «Європейська проєктна практика в сфері комунікацій» студентам потрібно відповісти на 13 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 13 балів);</li> <li>2. У частині іспиту зі ЗМ «Корпоративні комунікації» пропонується студентам підготувати та захистити самостійно підготовлений індивідуальний проєкт. Він має засвідчити рівень опанування здобувачем зазначених змістових модулів навчальної дисципліни, демонструвати вміння застосовувати здобуті знання при розв'язанні практичних завдань, наявність здобутих загальних та професійних компетентностей. Захист проєкту передбачає: створення комунікаційного портрета реальної української компанії, що ґрунтується на аналізі її корпоративних комунікацій. Увагу слід акцентувати на такі аспекти: корпоративна культура, імідж, бренд компанії; її внутрішні та зовнішні комунікативні стратегії; корпоративні медіа: результативність</li> </ol>

	<p>корпоративних заходів та КСВ-ініціатив (максимальна оцінка – 14 балів).</p> <p>3. У частині іспиту зі ЗМ «Управління антикризовими комунікаціями» студентам потрібно відповісти на 13 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 13 балів).</p> <p><b>Критерії оцінювання загального результату:</b>  36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 90% потрібної інформації);  30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 75% потрібної інформації);  25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (не менше 60% потрібної інформації);  1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на теоретичне питання та практичне завдання та закриті і відкриті тестові завдання (менше 60% потрібної інформації).</p>
Перелік допоміжних матеріалів:	РПНД, таблиця оцінювання знань студентів, ЕНК
Орієнтовний перелік питань:	<p><b><i>Орієнтовний перелік питань для опрацювання із змістового модуля «Європейська проектна практика в сфері комунікацій»:</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте визначення проектного менеджменту. Вкажіть основні етапи управління проектами.</li> <li>2. Опишіть значення управління проектами в сучасних умовах.</li> <li>3. Визначте основні фактори, що впливають на успішність проекту.</li> <li>4. Розкрийте поняття “трикутника управління проектами” та схарактеризуйте його складові.</li> <li>5. Опишіть основні сучасні методи управління проектами.</li> <li>6. Порівняйте традиційне та сучасне управління проектами, визначивши їхні особливості.</li> <li>7. Оцініть можливі ризики під час реалізації проектів і запропонуйте способи їх мінімізації.</li> </ol>

8. Опишіть вплив Big Data на створення та реалізацію рекламних та PR-кампаній.
9. Поясніть, що таке програматик-реклама, і визначте її переваги для сучасного бізнесу.
10. Охарактеризуйте сучасні технології, які використовуються в рекламі та PR.
11. Проаналізуйте вплив економічної ситуації на сферу комунікацій.
12. Визначте, як впровадження VR/AR впливає на результати рекламних і PR-кампаній.
13. Вкажіть сучасні соціальні та етичні питання, актуальні в рекламі та PR.
14. Розгляньте вплив норм регулювання на рекламну діяльність у країнах Європи.
15. Назвіть «хмарні рішення», які використовуються для управління проектами.
16. Вкажіть основні відмінності між традиційними і сучасними підходами в управлінні проектами.
17. Опишіть основні етапи планування проектів у рамках розробки комунікаційних кампаній.
18. Опишіть інструменти та методи, які найчастіше використовуються для розробки і моніторингу проектів у європейській практиці.
19. Поясніть важливість ключових показників ефективності (KPI) при оцінюванні комунікаційних проектів.
20. Опишіть вплив AI (штучного інтелекту) та Big Data (великих даних) на управління комунікаційними проектами.

***Орієнтовний перелік питань для опрацювання із змістового модуля «Корпоративні комунікації»:***

Корпоративні комунікації – захист індивідуального проекту, тематично пов'язаного зі змістовим модулем «Корпоративні комунікації». Проект має бути самостійно виконаним, спеціально підготовленим до іспиту. Він має засвідчити рівень опанування здобувачем зазначених змістових модулів навчальної дисципліни, демонструвати вміння застосовувати здобуті знання при розв'язанні практичних завдань, наявність здобутих загальних та

	<p>професійних компетентностей. Захист проєкту передбачає: створення комунікаційного портрета реальної української компанії, що ґрунтується на аналізі її корпоративних комунікацій. Увагу слід акцентувати на такі аспекти: корпоративна культура, імідж, бренд компанії; її внутрішні та зовнішні комунікативні стратегії; корпоративні медіа: результативність корпоративних заходів та КСВ-ініціатив.</p> <p><b><i>Орієнтовний перелік тем для виконання тестів із змістового модуля «Управління антикризовими комунікаціями»:</i></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дайте визначення поняттю «криза».</li> <li>2. Визначте фактори, що сприяють появі кризи.</li> <li>3. Наведіть класифікацію криз.</li> <li>4. Дайте визначення поняттям «репутація» та «репутаційна криза».</li> <li>5. Назвіть основні репутаційні ризики.</li> <li>6. Проаналізуйте критерії оцінювання ризиків.</li> <li>7. Охарактеризуйте основні принципи антикризового управління.</li> <li>8. Визначте основні етапи антикризової стратегії.</li> <li>9. Назвіть основні докризові заходи.</li> <li>10. Визначте складові антикризового плану для перших годин перебігу кризи.</li> <li>11. Проаналізуйте процес підготовки до виходу з кризи.</li> <li>12. Охарактеризуйте інструменти антикризових комунікацій.</li> <li>13. Розкрийте особливості комунікації з різними цільовими аудиторіями в умовах кризи.</li> <li>14. Назвіть помилки в комунікації в умовах кризи.</li> <li>15. Охарактеризуйте посткризові заходи.</li> </ol>
Екзаменатор _____	ст. викладач Кузнецова І.В.
Завідувач кафедри _____	професор Новохатько Л.М.