

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни «Медіаіндустрія та медіабезпека»

Курс II (4 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

Освітня програма: 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:

- Медіаіндустрія (3 кредити);
- Організація роботи пресслужб (2 кредити);
- Медіабезпека (1 кредит).

Форма проведення: тестування (40 питань)

Максимальна кількість балів – 40 балів, а саме:

- Медіаіндустрія (20 балів);
- Організація роботи пресслужб (14 балів);
- Медіабезпека (6 балів).

Опис: на екзамені з дисципліни «Медіаіндустрія та медіабезпека» студентам пропонується виконати:

- 20 тестових завдань закритого типу зі змістового модулю «Медіаіндустрія », де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 1 балом;
- 14 тестових завдань закритого типу зі змістового модулю «Організація роботи пресслужб», де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 1 балом;
- 6 тестових завдань закритого типу змістового модулю «Медіабезпека», де правильна відповідь одного тестового завдання оцінюється 1 балом;

Критерії оцінювання:

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).

1.Орієнтовний перелік питань до тестових завдань змістового модулю «Медіаіндустрія»:

1. Проаналізувати основних гравців медіаринку (медіахолдинги, видавництва, незалежні медіа, корпорації та конгломерати, маркетингові й рекламні агентства).

2. Перерахувати складові медіаіндустрії.
3. Розкрити сутність поняття «медіаіндустрія».
4. Розкрити функції медіаіндустрії.
5. Проаналізувати сучасні проблеми і принципи функціонування телебачення в медіасистемі.
6. Перерахувати види радіомовлення та форми радіопрограм.
7. Розкрити сучасні проблеми розвитку друкованих медіа.
8. Навести загальну характеристику нових медіа.
9. Навести характерні ознаки медіаіндустрії.
10. Описати тенденції розвитку радіомовлення.
11. Проаналізувати основні етапи розвитку соціальних медіа.
12. Навести класифікацію соціальних медіа.
13. Розкрити роль месенджерів і соцмереж у медіаіндустрії.
14. Навести приклади українських медіа з найвищим рейтингом довіри аудиторії.
15. Розкрити первинний та похідний контент в медіаіндустрії.
16. Охарактеризувати лідерів громадської думки в медіаіндустрії.
17. Навести рейтинг найпопулярніших світових медіа та медіа, яким варто довіряти.
18. Охарактеризувати глобальний інформаційний простір.
19. Розкрити глобальні світові тренди в медіаіндустрії.
20. Проаналізувати тренди в медіаіндустрії України (отримання новинної інформації через Telegram, тренд мультимедійності, індивід як медіа тощо.)
21. Описати меми, як інструмент в медіаіндустрії.
22. Перерахувати специфічні професії в медіаіндустрії.
23. Розкрити штучний інтелект як рушій трансформації медіаіндустрії.
24. Розкрити поняття «креативні індустрії» та контент-індустрії в медіапросторі.
25. Описати медіаіндустрію як індустрію вільного часу.
26. Охарактеризувати Індустрію культури.
27. Розкрити медіаіндустрію як індустрію розваг.
28. Описати індустрію відеоігор та кіберспорту.
29. Охарактеризувати інтерактивність як інструмент утримання уваги аудиторії.
30. Перерахувати основні світові тренди в індустрії розваг.
31. Перерахувати сектори медіаіндустрії.
32. Проаналізувати значення медіаіндустрії для розвитку економіки країни.
33. Описати медіаіндустрію в системі ринкових відносин.
34. Проаналізувати вплив креативних індустрій на розвиток економіки України.
35. Описати українські медіагрупи та холдинги.
36. Навести поклади найбільших у світі медіахолдингів та конгломератів.
37. Охарактеризувати цифрові корпорації та їхній вплив на медіаіндустрію.
38. Описати ринок рекламних та PR послуг.
39. Перерахувати складові товару медійного підприємства.
40. Проаналізувати ринок інформації та інформаційних ресурсів.
41. Описати інформаційні продукти та технології.
42. Навести приклади відомих кейсів успішного медіабізнесу.
43. Проаналізувати сучасні медіасистеми.
44. Розкрити поняття інформаційної війни та психологічної операції.
45. Охарактеризувати інформаційну війну як фактор руйнації медіасистеми.
46. Перерахувати основні маніпулятивні технології інформаційної війни.
47. Розкрити дезінформацію, фейки, діпфейки як інструменти маніпулювання масовою аудиторією.
48. Проаналізувати комінюкативні складові інформаційної, психологічної операції.
49. Розкрити поняття інформаційного вірусу.
50. Перерахувати джерела інформації, яким надають перевагу українці.

51. Описати індустрію вірусмейкерів.
52. Описати мету й завдання створення інформаційних вірусів.
53. Проаналізувати «інформаційний імунітет».
54. Розкрити поняття «інформаційна гігієна».
55. Охарактеризувати етапи й інструменти боротьби з інформаційними вірусами в медіапросторі.

2.Орієнтовний перелік питань до тестових завдань змістового модулю «Організація роботи пресслужб»:

1. Розкрити сутність поняття "пресслужба" та визначити її місце в системі інформаційних відносин.
2. Описати історію виникнення пресслужб у суспільстві та етапи їх розвитку.
3. Охарактеризувати передумови виникнення пресслужб в Україні та особливості їх становлення.
4. Визначити місце пресслужби в організаційній структурі та її роль у бізнес-комунікаціях.
5. Розкрити функції пресслужби в організації та їх взаємозв'язок з іншими підрозділами.
6. Описати відмінності між пресслужбою як структурним підрозділом та інформаційним агентством.
7. Назвати основні принципи діяльності пресслужб.
8. Охарактеризувати функції пресслужби.
9. Визначити основні форми роботи пресслужби.
10. Описати структуру сучасної пресслужби та розподіл обов'язків у команді.
11. Охарактеризувати посадові обов'язки керівника пресслужби та прессекретаря.
12. Назвати законодавчу базу, що регулює функціонування пресслужб в Україні.
13. Розкрити роль пресслужби в забезпеченні права суспільства на інформацію.
14. Описати статус журналістів та їх право на доступ до інформації.
15. Охарактеризувати права та обов'язки журналістів у контексті роботи з пресслужбою.
16. Визначити обмеження доступу до інформації та поняття "акредитація".
17. Охарактеризувати типові правила акредитації журналістів у різних організаціях.
18. Розкрити сутність стратегічного планування в діяльності пресслужби.
19. Описати процес розробки річного медіаплану пресслужби.
20. Визначити ключові показники ефективності (KPI) роботи пресслужби.
21. Охарактеризувати інструменти моніторингу медіапростору для пресслужби.
22. Розкрити методи аналізу інформаційного поля організації.
23. Описати основні форми взаємодії пресслужби із засобами масової інформації.
24. Охарактеризувати технології організації та проведення прес-конференції.
25. Визначити особливості підготовки та проведення брифінгу.
26. Розкрити специфіку організації прес-турів та медіа-візитів.
27. Описати правила роботи з журналістськими запитами.
28. Охарактеризувати процес акредитації журналістів на події організації.
29. Визначити структуру та вимоги до написання пресрелізу.
30. Охарактеризувати особливості підготовки медіакіту для преси.
31. Визначити критерії оцінки ефективності комунікаційної діяльності пресслужби.

3.Орієнтовний перелік питань до тестових завдань змістового модулю «Медіабезпека»:

1. Що таке медіабезпека?
2. Який із термінів означає навмисне поширення неправдивої інформації?
3. Що є ключовим елементом інформаційної атаки?
4. Які ознаки є характерними для фейкової новини?
5. Як називається технологія створення реалістичних відео за допомогою ШІ?

6. Яка стратегія НЕ належить до кризових комунікацій?
7. Що таке інформаційний бульбашковий ефект (filter bubble)?
8. Який тип контенту найбільше підвищує ризики маніпуляцій?
9. Яка поведінка найбільше знижує ризики кібератак для PR-фахівця?
10. Який тип маніпуляції використовується при підміні контексту?
11. Що означає термін «астротурфінг»?
12. Яка стратегія допомагає зменшити вплив фейкових новин на бренд?

Програма екзамену розглянута і затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю, протокол № 5 від 17 листопада 2025 р.

Екзаменатори

професор Кочубей Л. О.
доцент Нетребя М.М.
викладач Сінько А. С.

Завідувач кафедри

професор Новохатько Л. М.