

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

ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ
з дисципліни «Управління проєктами в сфері соціальних комунікацій»

IV курс (7 семестр)

Спеціальність: 061 Журналістика

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

Структура дисципліни, відповідно до навчального плану такі змістові модулі:

- Європейська проєктна практика в сфері комунікацій (2 кредити);
- Корпоративні комунікації (2 кредити);
- Управління антикризовими комунікаціями (2 кредити);

Форма проведення:

- Європейська проєктна практика в сфері комунікацій – тест;
- Корпоративні комунікації – надання індивідуального проєкту у формі презентації на перевірку і оцінювання;
- Управління антикризовими комунікаціями – тест.

Максимальна кількість балів - 40 балів, а саме:

- Європейська проєктна практика в сфері комунікацій – 13 балів;
- Корпоративні комунікації – 14 балів;
- Управління антикризовими комунікаціями – 13 балів.

Вимоги іспиту:

- 1) частина іспиту із дисципліни «Європейська проєктна практика в сфері комунікацій» - пропонується здобувачам дати відповідь на 13 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 13 балів);
- 2) частина іспиту із дисципліни «Корпоративні комунікації» - базується на теоретичній і практичній основі змістового модуля «Корпоративні комунікації» та є завершальним етапом його вивчення. Проєкт має бути творчим, самостійно виконаним, спеціально підготовленим для іспиту, демонструвати вміння застосовувати здобуті знання при розв'язанні практичних завдань, наявність здобутих загальних та професійних компетентностей, передбачених дисципліною.

Завдання: Розробити та презентувати комунікаційний портрет 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.

Форма подання результатів: Виконане завдання у вигляді презентації необхідно надіслати файлом у систему ЕНК або прикріплене посилання на презентацію. За самостійну ґрунтовну роботу студент (-ка) отримує максимум 14 балів;

- 3) частина іспиту із дисципліни «Управління антикризовими комунікаціями» - пропонується студентам дати відповідь на 14 тестових питань (вага кожного виконаного завдання оцінюється в 1 бал: загальна оцінка 13 балів);

Критерії оцінювання загального результату:

- 36-40 балів – «відмінно»: безпомилкові і повні відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 90% потрібної інформації);
- 30-35 балів – «добре»: достатньо повні і з незначними помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 75% потрібної інформації);
- 25-29 балів – «задовільно»: неповні і з помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (не менше 60% потрібної інформації);
- 1-24 балів – «незадовільно»: недостатні і незадовільні, з суттєвими помилками відповіді на закриті і відкриті тестові завдання (менше 60% потрібної інформації).

Орієнтовний перелік тем для виконання тестів із змістового модуля «Європейська проєктна практика в сфері комунікацій»:

1. Дайте визначення проєктного менеджменту. Вкажіть основні етапи управління проєктами.
2. Опишіть значення управління проєктами в сучасних умовах.
3. Визначте основні фактори, що впливають на успішність проєкту.
4. Розкрийте поняття «трикутника управління проєктами» та схарактеризуйте його складові.
5. Опишіть основні сучасні методи управління проєктами.
6. Порівняйте традиційне та сучасне управління проєктами, визначивши їхні особливості.
7. Оцініть можливі ризики під час реалізації проєктів і запропонуйте способи їх мінімізації.
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 проєктами.
16. Вкажіть основні відмінності між традиційними і сучасними підходами в управлінні проєктами.
17. Опишіть основні етапи планування проєктів у рамках розробки комунікаційних кампаній.
18. Опишіть інструменти та методи, які найчастіше використовуються для розробки і моніторингу проєктів у європейській практиці.
19. Поясніть важливість ключових показників ефективності (KPI) при оцінюванні комунікаційних проєктів.
20. Опишіть вплив AI (штучного інтелекту) та Big Data (великих даних) на управління комунікаційними проєктами.

Орієнтовний перелік тем для виконання тестів із змістового модуля «Управління антикризовими комунікаціями»:

1. Дайте визначення поняттю «криза».
2. Визначте фактори, що сприяють появі кризи.
3. Наведіть класифікацію криз.
4. Дайте визначення поняттям «репутація» та «репутаційна криза».

5. Назвіть основні репутаційні ризики.
6. Проаналізуйте критерії оцінювання ризиків.
7. Охарактеризуйте основні принципи антикризового управління.
8. Визначте основні етапи антикризової стратегії.
9. Назвіть основні докризові заходи.
10. Визначте складові антикризового плану для перших годин перебігу кризи.
11. Проаналізуйте процес підготовки до виходу з кризи.
12. Охарактеризуйте інструменти антикризових комунікацій.
13. Розкрийте особливості комунікації з різними цільовими аудиторіями в умовах кризи.
14. Назвіть помилки в комунікації в умовах кризи.
15. Охарактеризуйте посткризові заходи.

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

Екзаменатор
Завідувач кафедри

ст. викладач Кузнєцова І.В.
професор Новохатько Л.М.