

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри медіапродюсування
та видавничої справи
(протокол № 1 від 28 серпня 2026 року)

Поля форми	Опис полів
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка	
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи	
ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ з дисципліни «УПРАВЛІННЯ ЦИФРОВИМИ МЕДІАПРОЄКТАМИ»	
Курс	I курс
Спеціальність Освітня програма	C7 Журналістика 2.C7.00.04 Контент-продюсування цифрових медіапроектів
Форма проведення: письмова / усна / комбінована	Письмова (студентам пропонується виконати тестові завдання різних типів)
Тривалість проведення:	2 години на написання
Максимальна кількість балів: 40 балів	40 балів Тестові завдання різних рівнів складності – 40 балів
Критерії оцінювання:	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).
Перелік допоміжних матеріалів:	Програма, таблиця оцінювання знань студентів, ЕНК https://elearning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=27797
Орієнтовний перелік питань:	1. Сутність і завдання управління цифровими медіапроектами. 2. Життєвий цикл цифрового медіапроекту та критерії успіху. 3. Ініціювання проекту, Project Charter і робота зі стейкхолдерами. 4. Управління змістом, WBS і календарне планування. 5. Predictive, Agile та hybrid підходи до управління медіапроектами. 6. Управління командою, ролями та комунікаціями. 7. Управління якістю, KPI/OKR та моніторинг. 8. Управління ризиками й змінами цифрового медіапроекту. 9. Сутність і функції фінансового менеджменту.

	10. Формування бюджету цифрового медіапроєкту. 11. Структура витрат і доходів медіапроєкту. 12. Грошові потоки, касові розриви та ліквідність. 13. Точка беззбитковості та маржинальний аналіз. 14. Юніт-економіка цифрових медіа: ARPU, CAC, LTV. 15. Моделі монетизації цифрових медіапроєктів. 16. Джерела фінансування, гранти та донорські програми. 17. Фінансові ризики і сценарне планування. 18. Час як ресурс проєкту та принципи персонального тайм-менеджменту. 19. Матриця Ейзенхауера, принцип Парето та ABC-пріоритизація. 20. Делегування і корпоративний тайм-менеджмент. 21. Сутність кризи та кризової ситуації. 22. Типологія і життєвий цикл криз. 23. Діагностика кризових ризиків і система раннього попередження. 24. Кризова команда та антикризовий план. 25. SCCT: типи криз і вибір стратегії реагування. 26. Image Repair Theory та її застосування. 27. Перші години кризи: holding statement, Q&A, спікер і канали. 28. Внутрішня і зовнішня кризова комунікація. 29. Роль соціальних мереж, моніторингу і фактчекінгу в кризі. 30. Дезінформаційні та кіберризики цифрового медіапроєкту. 31. Сутність і джерела конфліктів у медіакоманді. 32. Стили розв'язання конфліктів, переговори і медіація. 33. Посткризове відновлення та After Action Review. 34. Організаційна стійкість і навчання на кризах.
Екзаменатор	 Сергій КОНОПЛИЦЬКИЙ
Завідувач кафедри	 Тетяна ФАЙЧУК