

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова приймальної комісії,
в.о. президента Національного

університету «Києво-Могилянська

академія»

В.П.Моренець

2014 р



Програма

вступного фахового випробування зі спеціальності 8.03060101 «МЕНЕДЖМЕНТ
ОРГАНІЗАЦІЙ І АДМІНІСТРУВАННЯ» (Менеджмент зв'язків з громадськістю) до вступу
на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістр в 2014 році

Київ-2014

Присвоювана кваліфікація – магістр

Вступне фахове випробування зі спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» («Менеджмент зв'язків з громадськістю») до вступу на навчання за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістра в 2014 році передбачає перевірку знань вступників з теорії та методики зв'язків з громадськістю (Public Relations), сучасної практики PR, управління процесом PR, використання PR-технологій в окремих сферах, з майстерності комунікації, а також основ менеджменту.

Вступне фахове випробування має форму питань для підготовки до іспиту.

Кількість питань до іспиту – 120.

Кількість питань в екзаменаційному білеті - 3

Питання для підготовки до екзамену зі спеціальності:

- Поясніть сутність PR як суспільного явища.
- Дайте визначення поняття «зв'язки з громадськістю (PR)», поясніть причини багатоманітності існуючих визначень цього сутності.
- Охарактеризуйте основні сутнісні риси соціального інституту PR.
- Поясніть основні причини зростання ролі та значення PR у сучасних умовах.
- Чому цивілізовані PR є об'єктивною потребою розвитку громадянського суспільства?
- Охарактеризуйте основні напрями діяльності в сфері зв'язків з громадськістю.
- Охарактеризуйте вплив науково-технічного прогресу на сферу зв'язків з громадськістю.
- Поясніть сутність так званих «білих» і «чорних PR».
- Розкрийте зміст історичних етапів становлення та розвитку професійної системи PR.
- Що можна вважати внеском Київської Русі у розвиток громадських зв'язків?
- Розкрийте зміст глобалізації PR як професійної системи.
- Назвіть визначні постаті в історії PR та коротко поясніть їхній внесок у розвиток професії PR.
- У чому полягає зміст внеску Айві Лі у розвиток професії PR.
- Розкрийте зміст внеску Едуарда Бернайза у створення наукових засад PR.
- Розкрийте особливість внеску Артура Пейджа в становлення етичних засад професії PR.
- Назвіть основні принципи, на яких ґрунтується цивілізована система PR.
- Назвіть основні історичні етапи збагачення функцій PR.
- Розкрийте зміст головних моделей PR за Дж.Грюнігом.
- Назвіть основні тенденції розвитку PR на сучасному етапі.
- Які головні проблеми постають сьогодні перед світовим PR-співтовариством?
- Поясніть розбіжності виконуваних функцій на рівні PR-техніка та PR-менеджера (радника).

- Дайте оцінку стану розвитку сфери та професії PR в Україні.
- Чому PR вважають складовою стратегічного менеджменту?
- Поясніть, чому PR вважають репутаційним менеджментом?
- Паблік рілейшнз і споріднені з ними різновиди комунікаційної діяльності.
- Що є спільного та відмінного між PR і рекламою,
- Що є спільного та відмінного між PR і маркетингом,
- Що є спільного та відмінного між PR і журналістикою,
- Що є спільного та відмінного між PR і пропагандою?
- Чи є підстави називати PR-фахівця «спін лікарем» (spin doctor).
- Яке має відношення PR до «інтегрованих маркетингових комунікацій»?
- Охарактеризуйте основні вимоги до ділових та особистісних якостей PR-фахівця.
- PR як процес та його головні складові.
- Які галузі теоретичних знань складають наукові основи PR?
- Розкрийте зміст понять «аудиторія», «громадськість», «цільова громадськість»
- Поясніть основні принципи типологізації груп громадськості.
- Поясніть зміст поняття «цільова громадськість» та його значення для практики PR.
- Поясніть за яких обставин цільова громадськість стає пріоритетною?
- Розкрийте сутність поняття «громадська думка» та дайте коротку характеристику основних типів дослідження громадської думки.
- Як можна впливати на громадську думку?
- Поясніть сутність «законів формування громадської думки» за Хадлі Кентрілом та наведіть приклади їх перевірки суспільним життям.
- Розкрийте сутність соціальної комунікації, її основні моделі, канали та засоби.
- Охарактеризуйте процес двосторонньої комунікації та його основні елементи.
- Поясніть сутність менеджменту комунікацій.
- Поясніть сутність «третьої сторони» (Third Party) та її значення для комунікації з громадськістю.
- Чому питання професіоналізму та етики в роботі PR-фахівця мають особливе значення?
- Поясніть основне призначення міжнародних, регіональних та національних кодексів професійної поведінки та етики PR.
- Назвіть головні міжнародні Кодекси професійної поведінки та етики PR, їх ключові положення.
- Правові основи та проблеми в сфері PR.
- Охарактеризуйте місце підрозділу PR у структурі організації та його функції у стратегічному менеджменті.
- У чому полягають особливості організаційної будови та змісту функцій PR-підрозділів малих, середніх і великих підприємницьких організацій.
- Поясніть підстави для звернення до зовнішнього PR-консультанта (PR-фірми).
- Поясніть переваги звернення до спеціалізованих PR-фірм за консультаціями.
- Які перешкоди виникають у відносинах між організацією та консалтинговою PR-фірмою.
- Як правильно визначити ефективність роботи відділу PR?
- Поясніть значення формулювання місії організації для практики зв'язків з громадськістю.

- Поясніть сутність стратегічності мислення та його значення для PR-фахівця.
- Розкрийте зміст управління процесом PR та його основні етапи.
- Охарактеризуйте зміст операційного менеджменту процесом PR.
- Пояснити сутність управління за цілями (management by objectives) в сфері PR та основні вимоги до формулювання цілей.
- Поясніть сутність ієрархії (дерева) цілей у сфері PR.
- Пояснити сутність «цілей виходу» (output objectives) сфері PR, навести приклади їх формулювання.
- Пояснити сутність «цілей впливу» (impact objectives) та їх ієрархію.
- Пояснити сутність інформаційних цілей в сфері PR та навести приклади їх формулювання.
- Пояснити сутність цілей в сфері установок громадськості та навести приклади їх формулювання.
- Пояснити сутність поведінкових цілей у сфері PR та навести приклади їх формулювання.
- Назвіть головні структурні елементи бізнес-плану PR-кампанії.
- Охарактеризуйте основні методи дослідницької роботи в сфері PR.
- Розкрийте сутність та різновиди PR-аудитів, що використовуються в аналітичній роботі в сфері PR.
- У чому полягає особливість ситуаційного аналізу?
- У чому полягає особливість PR-проблеми, на відмінність інших проблем, з якими стикається організація?
- Поясніть сутність понять «стратегії» і «тактики» в сфері PR та розкрийте їх зміст.
- Розкрийте зміст і значення «подієвої» складової в плануванні та реалізації PR-програми.
- Поясніть розбіжності між поняттями «акція», «спеціальна подія», «псевдоподія».
- Розкрийте зміст і значення комунікаційної складової в плануванні та реалізації PR-програми.
- Поясніть сутність координації акцій і комунікацій в ході реалізації PR-програми.
- Що таке «контрольовані» та «неконтрольовані» засоби комунікації та особливість їх використання в процесі PR?
- Як можна підвищити ефективність комунікації з цільовою громадськістю?
- Що можна віднести до основних корпоративних засобів комунікації?
- Поясніть складові процесу оцінювального дослідження в сфері PR.
- Назвіть основні методи оцінювальних досліджень реалізації PR-програми.
- Назвіть методи вимірювання експонування інформаційних повідомлень, їх надходження до аудиторії та запам'ятовування.
- Як можна оцінити вплив PR-зусиль на поведінку цільової громадськості?
- Як можна оцінити загальні результати ефективності виконання PR-програми?
- Охарактеризуйте та розкрийте зміст понять «імідж» і «репутація», обґрунтуйте роль PR у побудові іміджу корпорації.
- Розкрийте сутність імідж-формуючих чинників великої підприємницької організації.
- Поясніть роль іміджу в сфері бізнесу та наведіть приклади.
- Поясніть роль іміджу в сфері політики та наведіть приклади.

- Розкрийте сутність репутаційного менеджменту та його основних моделей.
- Розкрийте зміст основних характеристик сучасного міжнародного іміджу України.
- Назвіть основні чинники, що впливають на формування позитивного міжнародного іміджу України.
- Назвіть основні чинники, на основі яких складається негативний міжнародний імідж України.
- Поясніть особливості PR-кризи та її відмінність від криз природного та техногенного походження.
- Розкрийте зміст зусиль організації з метою запобігання PR-кризи.
- Поясніть особливість та основні вимоги до комунікації організації з громадськістю в умовах кризи.
- Поясніть причини зародження чуток.
- Назвіть основні правила боротьби з чутками.
- Дайте оцінку цивілізованому лобіюванню як різновиду PR.
- Поясніть зміст роботи лобіста.
- Навіть основні форми лобіювання представників органів влади.
- Розкрийте загальний зміст медіа супроводу лобістської кампанії.
- Розкрийте особливості використання PR-методів у виборчих кампаніях в Україні та дайте їм оцінку.
- Розкрийте послідовність етапів передвиборчої агітаційно-комунікаційної кампанії та їх PR-завдання.
- Поясніть причини зростання міжнародних PR та їх значення для сучасної України.
- Поясніть сутність корпоративної культури та засоби її формування.
- Поясніть сутність корпоративної соціальної відповідальності та її значення в сучасних умовах.
- Назвіть різновиди письмових і друкованих матеріалів, що використовуються в PR.
- Поясніть, що належить до основних сучасних засобів і каналів комунікації.
- Пакет для преси (Media kit), його основні матеріали та головне призначення.
- Прес-реліз, його призначення та правила складання.
- Прес-конференція, її призначення та основні правила проведення.
- PR-можливості електронних засобів комунікації (ТВ, радіо).
- PR-можливості друкованих засобів інформації.
- Назвіть основні різновиди друкованої PR-продукції.
- Поясніть зростання ролі Інтернету як середовища та засобу PR.
- Назвіть основні різновиди соціальних мереж та особливості їх використання в сфері PR.
- Соціальні медіа як засіб комунікації.
- Особливості взаємодії зі ЗМІ (Media relations) для зв'язків з громадськістю.
- Призначення та правила організації прес-служби.
- Поясніть PR-значення публічних виступів та промов.

Література

Катлип С.М., Сентер А.Х., Брум Г.М. Паблик рилейшнз. Теория и практика. 8-е изд. Пер. с

англ – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000.

Королько В.Г., Некрасова О.В. Связи с общественностью. Научные основы, методика, практика. Учебник для студ. высших учебных заведений / 4-е изд.: Пер. с укр. перераб. и доп. – К.: Изд. дом «Киево-Могилянская академия», 2013.

Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв'язки з громадськістю. Наукові основи, методика, практика. Підручник для студ. вищих навчальних закладів / 3-тє вид. доповн. і перероб. – К.: Вид. дім «Киево-Могилянська академія», 2009.

Ньюсом Д., Терк Д., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз. 7-е изд. Пер. с англ. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-контакт», 2001.

Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. В.С.Комаровского. – М.: Издательство РАГС, 2001.

Связи с общественностью как социальная инженерия. / Под ред. В.А.Ачкасовой, Л.В.Володиной. – СПб.: Речь, 2005.

Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора. Методичний посібник / За ред. В.Г.Королька. – К.: - 2003.

Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. Учеб. Пособие. – 3-е изд. М.: Дело, 2006.

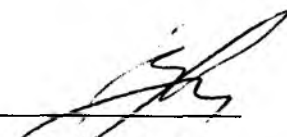
Шишкина М.А. Паблик рилейшнз в системе социального управления. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та – 1999.

PR сегодня: новые подходы, исследования, международная практика. Пер. с англ.- М. Консалтинговая группа «ИМИДЖ-контакт», 2002.

Затверджено на засіданні кафедри

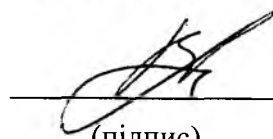
Протокол № 2 від „13” 02 2014 року

**Голова фахової
атестаційної комісії**


(підпис)

Королько В.Г.
(прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри


(підпис)

Королько В.Г.
(прізвище та ініціали)

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ

Іспиту зі спеціалізації

Галузь знань 0306 – Менеджмент і адміністрування

Спеціальність 8.03060101 – Менеджмент організацій і адміністрування

Спеціалізація – Менеджмент зв'язків з громадськістю

Відмінно (91—100 балів) – абітурієнт продемонстрував глибокі знання зі спеціалізації; вміння узагальнювати та систематизувати інформацію, інтегрувати теоретичні положення у практику, чітко, логічно і послідовно розкривати поставлені запитання, аргументувати особисту позицію, узгоджуючи її з отриманими знаннями та професійними цінностями. Робота не містить стилістичних та граматичних помилок.

Добре (76-90 балів) — абітурієнт продемонстрував ґрунтовні знання зі спеціалізації; вміння узагальнювати і систематизувати інформацію, використовуючи загальновідомі докази у власній аргументації; вміння надавати чіткі і логічні відповіді на поставлені запитання які, однак, містять певні (несуттєві) неточності; вміння інтегрувати теоретичні положення у практику, базуючись на професійних цінностях. Робота містить незначні стилістичні та граматичні помилки.

Задовільно (61—75 балів) — абітурієнт продемонстрував посередні знання зі спеціалізації; невміння ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами; його відповіді є мало аргументовані та викладені нечітко і не структуровано; у роботі наявні стигматизуючі твердження щодо клієнтів; робота містить значні стилістичні та граматичні помилки.

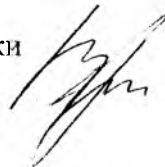
Незадовільно (0-60 балів) — абітурієнт продемонстрував незнання значної частини матеріалу та основних фундаментальних положень; невміння ілюструвати теоретичні положення практичними прикладами; в роботі наявні істотні помилки у відповідях на запитання, стилістичні та граматичні помилки; робота містить стигматизуючі твердження щодо клієнтів.

Голова фахової атестаційної комісії
Професор, доктор філософських наук



В.Г.Королько

Завідувач кафедри
зв'язків з громадськістю, психології та педагогіки



В.Г.Королько

Протокол № 2 від «13» лютого 2014 року