

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Голова Приймальної комісії
Президент Національного університету
«Києво-Могилянська академія»



Сергій КВІТ

«25» травня 2026 р.

ПРОГРАМА ФАХОВОГО ІСПИТУ

для здобуття ступеня магістра за спеціальністю
С7 Журналістика

(галузь знань: «Соціальні науки, журналістика, інформація та міжнародні відносини»)

(освітньо-наукова програма «Зв'язки з громадськістю»)

Схвалено
Вченою радою
факультету соціальних наук і соціальних технологій
(протокол № 6 від 19 травня 2026 р.)

КИЇВ – 2026

I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Фаховий іспит за спеціальністю **С7 Журналістика** (освітньо-наукова програма «Зв'язки з громадськістю») передбачений «Правилами прийому на навчання до Національного університету «Києво-Могилянська академія» в 2026 році» для тих вступників, які вступають для здобуття ступеня магістра за спеціальними умовами вступу відповідно до п. 84 розділу V Правил прийому.

Фаховий іспит за спеціальністю **С7 Журналістика** (освітньо- наукова програма «Зв'язки з громадськістю») має за мету з'ясування рівня професійних компетенцій, теоретичних знань і практичних навичок абітурієнтів з базових комунікаційних дисциплін («Теорія комунікацій», «Теорія і практика зв'язків з громадськістю»); визначення їхньої готовності до засвоєння відповідної освітньо-наукової програми магістерського рівня.

Фаховий іспит за спеціальністю **С7 Журналістика** (освітньо-наукова програма «Зв'язки з громадськістю») проводиться очно в комп'ютерних класах НаУКМА із застосуванням технологій комп'ютерного тестування на платформі DistEdu із відеофіксацією процесу. Результати тестування зберігаються в корпоративному хмарному сховищі та/або системі DistEdu.

НаУКМА забезпечує відеозапис фахового іспиту зі спеціальності не менше ніж з двох відеокамер, розміщення на сайті університету, внесення посилання на цей запис в ЄДЕБО впродовж трьох робочих днів після оприлюднення оцінок вступників, а також зберігання відеоматеріалів та письмових робіт протягом одного року.

Загальна кількість тестових завдань – **50**, час відповіді – **60 хвилин**.

II. ПИТАННЯ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ФАХОВОГО ІСПИТУ

1. Основні причини зростання ролі та значення зв'язків з громадськістю в сучасних умовах.
2. Основні сутнісні риси соціального інституту зв'язків з громадськістю.
3. Зміст глобалізації зв'язків з громадськістю як професійної системи.
4. Принципи, на яких ґрунтується цивілізована система зв'язків з громадськістю.
5. Зростання ролі цифрових технологій у розвитку сучасних зв'язків з громадськістю.
6. Система зв'язків з громадськістю як складова стратегічного менеджменту.
7. Зростання ролі етики в роботі PR-фахівця.
8. Зв'язки з громадськістю як процес та його головні складові.
9. Поняття «аудиторія», «громадськість», «цільова громадськість».
10. Принципи сегментації, типологізації й пріоритизації цільової громадськості.
11. Сутність поняття «громадська думка».
12. Основні типи дослідження громадської думки.
13. Сутність «законів формування громадської думки» за Хадлі Кентрілом.
14. Сутність поняття «комунікація», типи і різновиди комунікацій.
15. Сутність соціальної комунікації, її основні моделі, канали та засоби.
16. Процес двосторонньої комунікації, його основні елементи та перешкоди.
17. Основні підходи до типологізації PR -кампаній, принципи їх організації та критерії успішності
18. Основні елементи плану PR-кампанії, їх зміст та послідовність.
19. Методи дослідницької роботи в сфері зв'язків з громадськістю.
20. Сутність та різновиди PR-аудитів, що використовуються в аналітичній роботі в сфері зв'язків з громадськістю.
21. Особливість ситуаційного аналізу. Кількісні та якісні методи ситуаційного аналізу.
22. Основні вимоги до формулювання цілей в сфері PR.
23. Сутність ієрархії (дерева) цілей у сфері зв'язків з громадськістю.
24. Сутність поняття «стратегії» в сфері зв'язків з громадськістю.
25. Зміст і значення комунікаційної складової в плануванні та реалізації PR-програми.

26. Найпоширеніші канали зовнішньої та внутрішньої комунікації сучасної організації. PESO модель.
27. Зміст «контрольованих» і «неконтрольованих» каналів комунікації та особливості їх використання в процесі зв'язків з громадськістю.
28. Принципи формулювання ключових повідомлень.
29. Зміст і значення «події» як складової в плануванні та реалізації PR-програми.
30. Різновиди PR матеріалів, що використовуються в сфері зв'язків з громадськістю.
31. Роль зв'язків із медіа в сфері зв'язків з громадськістю.
32. Сутність та особливості digital комунікацій.
33. Ключові показники ефективності digital комунікацій.
34. Залучення інфлуенсерів у рамках комунікаційних кампаній організації.
35. Складові процесу оцінювального дослідження в сфері зв'язків з громадськістю.
36. Основні методи оцінювання ефективності виконання та результатів реалізації PR-програми.
37. Методи вимірювання досягнення інформаційних, мотиваційних (в сфері установок) та поведінкових цілей в практиці PR.
38. Зміст понять «репутація» та «імідж» у сфері зв'язків з громадськістю.
39. Особливості та основні вимоги до комунікації організації з громадськістю в умовах кризи.
40. Міжнародні зв'язки з громадськістю та причини зростання їх значення для сучасної України в умовах війни.
41. Сутність інтегрованих pr-комунікацій та їх відмінність від інтегрованих маркетингових комунікацій.
42. Сутність та особливості комунікацій для поведінкових змін.
43. Особливості організаційної будови та змісту функцій підрозділів зі зв'язків з громадськістю організацій.

III. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ПІДГОТОВКИ

1. Коник Дмитро. Стратегічні комунікації. Посібник для державних службовців. К.: Міжнародний банк реконструкції та розвитку / Світовий банк, 2016.
2. Коник Дмитро. Комунікаційні кампанії для зміни поведінки. Практичний посібник. - К.: Видано за підтримки Finish Institute for Health and Welfare; GFA Consulting Group, 2022.
3. 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 «Кієво-Могилянська академія», 2009.

IV. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання відповіді вступника за спеціальністю С7 Журналістика (освітньо-наукова програма «Зв'язки з громадськістю») здійснюється за 200-бальною шкалою (100 – 200 балів). Кожне тестове завдання оцінюється у 4 бали.

Абітурієнт вважається таким, що склав фахове вступне випробування за спеціальністю С7 Журналістика (освітня програма «Зв'язки з громадськістю»), якщо його оцінка становить **100 – 200 балів**.

У випадку, якщо результати фахового вступного випробування за 200-бальною шкалою становлять менше 100 балів (**0 – 99 балів**), абітурієнт вибуває з конкурсного відбору на спеціальність С7 Журналістика (освітньо-наукова програма «Зв'язки з громадськістю»).

Голова фахової атестаційної комісії

Ольга СУССЬКА