

**НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ  
Одеський регіональний інститут державного управління**

**МАТЕРІАЛИ  
ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ  
ДО ДЕРЖАВНОГО ЕКЗАМЕНУ  
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «МЕНЕДЖМЕНТ»,  
СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ»**

Одеса – 2017

Затверджено на засіданні Науково-методичної ради Одеського регіонального інституту державного управління НАДУ при Президентіві України (*протокол № 1 від 20 вересня 2017 р.*)

**Матеріали для підготовки здобувачів вищої освіти до державного екзамену зі спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Стратегічні комунікації».** – Одеса: ОРІДУ НАДУ при Президентіві України, 2017. – 45 с.

**© Одеський регіональний інститут державного управління НАДУ при Президентіві України, 2017.**

## ЗМІСТ

Передмова.....	4
Перелік питань до нормативних навчальних дисциплін, що вносяться на державну атестацію.....	7
Менеджмент проектів.....	7
Менеджмент організацій.....	13
Перелік питань до вибіркових навчальних дисциплін, що вносяться на державну атестацію.....	21
Інвестиційний аналіз і бізнес-планування.....	21
Основи стратегічних комунікацій.....	28
Проектування стратегічних комунікацій.....	36

## ПЕРЕДМОВА

Державний екзамен є формою державної атестації, що проводиться для встановлення у випускника магістерської програми певних умінь і знань за спеціальністю «Менеджмент», практичних навичок і компетентностей за спеціалізацією «Стратегічні комунікації», достатніх для ефективного виконання завдань практичного характеру відповідного рівня професійної діяльності.

### Загальні правила проведення державного екзамену

1. Для проведення державної атестації у формах державного екзамену та публічного захисту магістерських робіт створюється державна екзаменаційна комісія (ДЕК). Персональний склад ДЕК затверджується наказом директора інституту. Головою ДЕК призначається найбільш висококваліфікований фахівець за напрямом професійної діяльності «Менеджмент», який не працює в інституті. До складу ДЕК входять професори та доценти випускової кафедри. За необхідності до складу комісії можуть бути залучені інші кваліфіковані фахівці відповідного профілю.

2. Оцінка знань здобувачів вищої освіти здійснюється за шкалою ECTS:

Академічна	Відмінно	Дуже добре	Добре	Задовільно	Достатньо	Незадовільно	
	91-100	81-90	71-80	61-70	51-60	31-50	0-30
Оцінка	A	B	C	Д	E	FX	F
Національна	Відмінно	Добре		Задовільно		Незадовільно	

3. Державний екзамен проводиться у письмовій формі. Кожен здобувач вищої освіти отримує екзаменаційний білет з варіантом тестових теоретичних завдань і практичним завданням. Екзаменаційний білет складається з:

- теоретичного завдання – 20 комплексних тестових питань за програмами 5 навчальних дисциплін із нормативної та вибіркової частин освітньо-професійної програми (ОПП) рівня «магістр» галузі знань 073 Менеджмент;

- практичного завдання – розрахункова задача з програми вибіркової дисципліни.

4. Оцінювання результатів державного екзамену проводиться за 100-бальною шкалою. Кожне завдання екзаменаційного білету оцінюється окремо. Теоретичне завдання у формі комплексного тесту з 20 питань оцінюється по 5 балів за кожну правильну відповідь. Практичне завдання на вміння вільно виконувати інвестиційні розрахунки за умовами задачі оцінюється за шкалою

ECTS. Загальна оцінка за державний екзамен підраховується як середньоарифметичне значення оцінок, отриманих з двох завдань білету.

5. Результати екзамену оформляються протоколами і підписуються головою і членами ДЕК.

**Перелік навчальних дисциплін, матеріали яких містяться в  
екзаменаційних білетах**

Програму державного екзамену складають питання з *2 нормативних навчальних дисциплін*:

- Менеджмент проектів
- Менеджмент організацій

та *3 вибіркових навчальних дисциплін*:

- Інвестиційний аналіз і бізнес-планування
- Основи стратегічних комунікацій
- Проектування стратегічних комунікацій

## ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО НОРМАТИВНИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ДЕРЖАВНУ АТЕСТАЦІЮ

### МЕНЕДЖМЕНТ ПРОЕКТІВ

1. Сутність поняття «проект». Основні характеристики проекту. Класифікація проектів.
2. Оточення проекту. Цінність проекту. Обмеження проекту.
3. Поняття «продукт» і «проект»: визначення і відмінності.
4. Процесна концепція управління проектом. Проектний та операційний процеси.
5. Планування управління змістом проекту. Основні групи процесів та їх характеристика.
6. Цілі і завдання проекту: визначення і відмінності. Дерево цілей проекту та основні правила його побудови. SMART-концепція.
7. Планування управління заінтересованими сторонами проекту. Етапи аналізу зацікавлених сторін.
8. Структурно-логічна матриця проекту.
9. Основні документи проекту.
10. Життєвий цикл проекту. Фази життєвого циклу проекту. Основні складові кожної фази.
11. WBS-структура проекту. Основні етапи розробки.
12. OBS-структура проекту. Відмінності від організаційної структури підприємства. Матриця відповідальності.
13. Ресурси проекту. Структуризація ресурсів проекту.
14. План проекту. Обов'язкові елементи плану проекту. Основна мета та рівні планування проекту.
15. Контроль проекту. Основні етапи контролю. Принципи побудови ефективної системи контролю.

#### *Література*

1. Бушуев С.Д. Компетентный взгляд на управление проектами (National Competence Baseline NCB UA Version 3.1) / С.Д. Бушуев, Н.С. Бушуева. – К. : ІРІДУМ, 2010. – 208 с.
2. Инновационные механизмы управления программами развития / Азаров Н.Я., Ярошенко Ф.А., Бушуев С.Д. – «Саммит-Книга», 2011. – 528 с.
3. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®) — Project Management Institute. Пятое издание. – 2013. – 614 с.
4. Технологія управління соціальними проектами : [монографія] / Т.М. Безверхнюк, А.О. Левицький, К.В. Пеклун, І.В. Руда, І.А. Сенча, Т.В. Сивак. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2014. – 351 с.
5. Управление проектами: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организаций» / И.И. Мазур. – М. Изд-во «Омега-Л», 2014. – 960 с.
6. Управление проектами: фундаментальный курс: [учебник] / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони и др.; под ред. В. М. Аньшина, О. Н.

Ильиной ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 620 с.

7. Чемерис А. Розроблення та управління проектами у публічній сфері: європейський вимір для України. Практичний посібник / [Чемерис А.]; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». – К. : ТОВ «Софія-А». – 2012. – 80 с.

### ***Тестові питання***

1. *Проект – це:*
  - а) план довгострокових фінансових вкладень;
  - б) програма дій з використання фінансових ресурсів;
  - в) завдання з певними вихідними даними й плановими результатами (цілями), що зумовлюють спосіб його розв'язання;
  - г) задум (завдання, проблема) та необхідні засоби його реалізації з метою досягнення бажаного економічного, технічного, технологічного чи організаційного результату.
2. *До головних ознак проекту не належить:*
  - а) рутинність операційного періоду;
  - б) обмеженість ресурсів;
  - в) складність;
  - г) неповторність.
3. *Визначення мети проекту не передбачає:*
  - а) визначення результатів діяльності на певний термін;
  - б) кількісної оцінки проекту;
  - в) доведення, що результати мають бути досягнуті;
  - г) визначення умов, за яких результати проекту можуть бути досягнуті.
4. *Управління проектом – це:*
  - а) мистецтво координувати людські й матеріальні ресурси протягом життєвого циклу проекту;
  - б) сукупність заходів, спрямованих на реалізацію проекту з метою отримання прибутку;
  - в) процес управління командою, ресурсами проекту за допомогою спеціальних методів та прийомів з метою успішного здійснення поставленої мети;
  - г) усі відповіді правильні.
5. *До стадій життєвого циклу управління проектом не належить:*
  - а) ініціація;
  - б) планування;
  - в) реалізація;
  - г) оцінка проекту.
6. *На стадії ініціації проекту здійснюється:*
  - а) планування та контроль;
  - б) управління ризиком;
  - в) управління командою проекту;
  - г) проектний аналіз за аспектами.

7. Основними критеріями прийняття проекту є:

- а) технічна та технологічна можливість його реалізації;
- б) довгострокова життєздатність;
- в) економічна ефективність;
- г) усі відповіді правильні.

8. Структура проекту – це:

- а) спосіб управління проектом;
- б) комплекс взаємовідносин, що пов'язує виконавців проекту між собою;
- в) сукупність взаємопов'язаних елементів і процесів проекту, які представлені з різним ступенем деталізації;
- г) правильна відповідь відсутня.

9. Який із наведених підходів не застосовується під час структуризації проекту:

- а) функціональний підхід;
- б) лінійний підхід;
- в) географічний підхід;
- г) за відповідальністю.

10. WBS – це:

- а) ієрархічна структура, побудована з метою логічного розподілу усіх робіт із виконання проекту і подана у графічному вигляді;
- б) сукупність декількох рівнів, кожний з яких формується в результаті синтезу робіт попереднього рівня;
- в) комплекс взаємовідносин, що пов'язує виконавців проекту між собою;
- г) правильна відповідь відсутня.

11. Які підходи використовуються під час застосування методу WBS:

- а) створення тільки WBS (структуризація в одному розрізі);
- б) створення WBS і OBS (у розрізі – проект і організаційні підрозділи);
- в) створення WBS і CBS (у розрізі – проект і витрати на його реалізацію);
- г) правильні відповіді а) та б).

12. Яке з перерахованих завдань не належить до процесу структуризації проекту:

- а) розподіл відповідальності за елементами проекту й визначення зв'язку робіт зі структурою організації (ресурсами);
- б) точне оцінювання необхідних витрат (коштів, часу і матеріальних ресурсів);
- в) створення єдиної бази для планування, упорядкування кошторисів і контролю за витратами;
- г) всі відповіді правильні.

13. Матриця відповідальності – це:

- а) схема, що пов'язує пакети робіт з організаціями-виконавцями (використовується для контролю відповідності розподілу ролей за цілями проекту);
- б) схема, що пов'язує ресурси з організаціями-постачальниками



(використовується для контролю за розподілом та використанням ресурсів проекту);

в) схема, що пов'язує пакети робіт з організаціями-виконавцями та організаціями-постачальниками;

г) правильна відповідь відсутня.

14. *Організаційна структура управління проектом – це:*

а) сукупність взаємозалежних органів управління проектом, що перебувають на різних рівнях системи;

б) організація взаємодії та взаємовідносин учасників інвестиційного процесу;

в) система взаємозв'язків між окремими виконавцями і групами, які працюють над проектом;

г) усі відповіді правильні.

15. *Відповідно до функціональної структури управління проектами:*

а) керівництво здійснює лінійний керівник через групу підпорядкованих йому функціональних керівників, кожний з яких керує певними підрозділами в межах доручених функцій;

б) створюються тимчасові проектні групи, які очолюють керівники проектів. Ці групи формують зі спеціалістів відповідних функціональних відділів;

в) створюється спеціальний підрозділ для вирішення конкретного завдання, а керівники проектів зосереджують свою увагу на виконанні конкретних завдань;

г) правильна відповідь відсутня.

16. *Під час вирішення проблемних завдань, пов'язаних із переорієнтуванням цілей організації чи зміною шляхів їх досягнення, найефективнішою формою управління є:*

а) матричне управління;

б) функціональне управління;

в) проектне управління;

г) дивізійне управління.

17. *Який з елементів не потрібно враховувати під час поєднання структур проекту:*

а) облік витрат;

б) описання робочих пакетів;

в) штатний розклад;

г) систему кодування.

18. *Календарне планування –це:*

а) складання й коригування термінів виконання комплексів робіт за роками та кварталами і визначення потреби у ресурсах для кожного етапу робіт;

б) складання й коригування робіт із деталізацією завдань на місяць, тиждень або добу;

в) складання й коригування розкладу виконання робіт, згідно з

яким роботи, які виконуватимуть різні організації, взаємоузгоджуються в часі з урахуванням можливостей їх забезпечення матеріально-технічними та трудовими ресурсами;

г) правильна відповідь відсутня.

19. Для аналізу економічних та фінансових можливостей проекту на стадії планування необхідно:

а) оцінити наявність ресурсів для всіх робіт;

б) оцінити вартість операцій залежно від тривалості їх виконання, і отриману інформацію використати для аналізу можливостей реалізації проекту;

в) розглянути альтернативні методи реалізації проекту;

г) правильні відповіді б) та в).

20. Сіткове планування – це:

а) одна з форм графічного відображення змісту робіт і тривалості виконання планів та довгострокових комплексів, проектних, планових, організаційних та інших видів діяльності підприємства, яка забезпечує оптимізацію на основі економіко-математичних методів та комп'ютерної техніки;

б) планування, що передбачає доведення до підрозділів і безпосередніх виконавців тематики та номенклатури робіт із підготовки виробництва, проведення необхідних розрахунків з обсягу робіт, складання графіків виконання останніх;

в) вірна відповідь а) та б);

г) правильна відповідь відсутня.

21. Сіткова (мережева) модель – це:

а) інформаційно-динамічна модель, яка відображає взаємозв'язки між технічними елементами проекту;

б) будь-які виробничі процеси чи інші дії, які призводять до досягнення певних результатів, подій;

в) кінцеві результати попередніх робіт, що є моментом завершення планової дії;

г) безліч поєднаних між собою елементів для опису технологічної залежності окремих робіт і етапів майбутніх проектів.

21. Тривалість роботи проекту визначається як:

а) сума витрат часу на виконання кожного елемента проекту;

б) відношення трудомісткості робіт проекту до середньооблікової чисельності працюючих над проектом;

в) час, протягом якого доходи від реалізації повністю покрили витрати інвесторів проекту;

г) вірна відповідь відсутня.

22. Планування проекту – це:

а) процес, який передбачає складання бюджету проекту та внесення змін до нього відповідно до потреб для досягнення поставлених цілей проекту;

- б) процес, який передбачає визначення цілей і параметрів взаємодії між роботами та учасниками проекту, розподіл ресурсів та вибір і прийняття організаційних, економічних та технологічних рішень для досягнення поставлених цілей проекту;
  - в) вибір стратегічного рішення щодо виконання проекту і розробка деталей проекту;
  - г) правильна відповідь відсутня.
23. *Процес розробки планів охоплює такі етапи проектного циклу:*
- а) створення концепції проекту;
  - б) вибір стратегічного рішення щодо виконання проекту і розробка деталей проекту;
  - в) укладання контрактів;
  - г) всі відповіді правильні.
24. *Визначте фазу управління проектами, на якій складається бізнес-план та попереднє техніко-економічне обґрунтування проекту:*
- а) доінвестиційній;
  - б) інвестиційній;
  - в) експлуатаційній;
  - г) виробничій.
25. *Визначте рівень управління проектами, на якому розробляються поточні та оперативні плани:*
- а) концептуальному;
  - б) стратегічному;
  - в) тактичному;
  - г) виробничому.
26. *За ступенем охоплення робіт плани поділяються на:*
- а) поточні та оперативні;
  - б) зведені і детальні;
  - в) короткострокові, середньострокові та довгострокові;
  - г) прості, мультиплани та мегаплани.
27. *До попереджувальних витрат, пов'язаних із забезпеченням якості, належать:*
- а) витрати на інспекційні перевірки, лабораторний та інспекційний контроль;
  - б) витрати на відбракування, ремонт;
  - в) витрати на забезпечення якості проекту, навчання персоналу;
  - г) витрати на повернення продукції, задоволення скарг споживачів, необхідні заходи у відповідь.
28. *Який із перерахованих елементів не належить до процесу управління якістю проектів:*
- а) основні положення, що передбачають узгодження інтересів замовника та команди проекту;
  - б) забезпечення якості;
  - в) контроль якості;

- г) стратегічне планування.
29. Основним положенням концепції системного управління якістю проектів є:
- а) кожен учасник проекту причетний (у межах своїх компетенцій) до якості проекту загалом;
  - б) комплексне управління якістю проекту;
  - в) відповідальність за стан якості проекту несе лабораторія підприємства;
  - г) проект є цілісною системою, якою необхідно управляти.
30. Який із перерахованих елементів не висвітлюється в програмі забезпечення якості проекту:
- а) організаційна структура, у межах якої буде реалізовуватися дана програма;
  - б) розрахунок прибутку від проекту за умов дотримання всіх стандартів якості;
  - в) перелік практичних заходів для досягнення необхідних показників якості;
  - г) повноваження осіб, які забезпечують організацію виконання визначених програмою заходів.
31. Найважливішою складовою контролю якості проекту є:
- а) контроль розробки проектної документації;
  - б) технічна інспекція;
  - в) контроль графіка постачання устаткування, конструкцій і матеріалів;
  - г) реєстрація заходів забезпечення якості.
32. Зміст проекту – це:
- а) сукупність цілей, робіт, учасників проекту;
  - б) перелік цілей, робіт і ресурсів проекту;
  - в) сукупність поставлених цілей і взаємозв'язків між ними;
  - г) предметна область, обмежена рамками оточення проекту.
33. Що з нижченаведеного не є видом організаційної структури управління проектом?:
- а) матрична;
  - б) функціональна;
  - в) стратегічна;
  - г) проектна.
34. Яка із груп процесів зазвичай потребує найбільше всього часу і ресурсів?:
- а) планування;
  - б) проектування;
  - в) інтеграція;
  - г) виконання.
35. Процеси управління проектами відрізняються від життєвого циклу проекту тим, що вони:
- а) однакові для кожного проекту;
  - б) не відносяться до методології управління проектами;

- в) відмінні для кожної галузі;
  - г) мають відношення до більшості проектів.
36. *В проектній організації члени команди проекту:*
- а) звітують кільком керівникам;
  - б) звітують функціональному керівнику;
  - в) не лояльні до проекту;
  - г) не мають постійного місця дислокації.
37. *Для того, щоб побудувати матрицю відповідальності по проекту необхідно з'єднати ієрархічну структуру робіт з:*
- а) деревом цілей;
  - б) структурою робіт проекту;
  - в) структурою затрат проекту;
  - г) організаційною структурою управління проектом.
38. *Під час реалізації процесів планування якості не використовується:*
- а) діаграма Ісакави;
  - б) діаграма Парето;
  - в) гістограма Мюллера;
  - г) карти Шухарта.
39. *Найпростішим елементом ієрархічної структури робіт є:*
- а) комплекс робіт;
  - б) операція;
  - в) пакет робіт;
  - г) задача.
40. *Усі пункти, наведені нижче, є характеристиками проекту, окрім:*
- а) тимчасовість;
  - б) визначеність початку і кінця;
  - в) взаємопов'язаність видів діяльності;
  - г) повторення кожного місяця.

## **МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЙ**

1. Сутність поняття «організація». Закони організації. Закони функціонування (статичні) організації та закони розвитку (динамічні) організації.
2. Принципи організації. Етапи розвитку організації. Збереження рівноваги організації та її цілісності.
3. Організаційні теорії. Еволюція теоретичних концепцій організації. Основні моделі організацій: органічна та механістична моделі.
4. Організація як система. Системність як загальна властивість матерії. Системний підхід.
5. Будова систем. Класифікація систем. Аспекти організаційного порядку.
6. Типологія організацій. Соціальна організація і соціальна спільність. Людина як елемент соціальної системи.

7. Загальні риси соціальної організації. Організаційна діяльність. Методи управління.
8. Самоорганізація. Зовнішнє й внутрішнє середовище організації.
9. Організаційне проектування. Культура організації.
10. Цілі спільної діяльності, суб'єкт та об'єкт управління, управлінські відносини. Розвиток теорії та практики менеджменту, сучасні парадигми. Рівні та сфери менеджменту.
11. Ознаки та загальні риси організацій, їх різновиди. Закони організації, організаційні процеси. Організація як відкрита система. Внутрішнє та зовнішнє середовище організації, етапи життєвого циклу.
12. Принципи та функції менеджменту. Функція планування. Місія та цілі дерево цілей. Процес стратегічного планування.
13. Мотивація та її основні компоненти. Змістовні та процесуальні теорії мотивації.
14. Сутність, елементи та процес управлінського контролю, його різновиди. Етапи регулювання: зворотний зв'язок, оцінка виконання рішень, корегування рішень.
15. Елементи організації: обов'язки, повноваження, відповідальність. Делегування діяльності. Побудова організації, організаційне проектування.
16. Елементи організаційних структур, макро- і мікроструктури. Класифікація організаційних структур управління. Принципи та процес побудови структур управління.
17. Технологія менеджменту. Система методів: адміністративні, економічні, соціально-психологічні.
18. Сутність і складові процесу управління. Класифікація управлінських рішень, вимоги до їх якості. Етапи процесу вироблення рішень, фактори, що впливають на процес.
19. Методи та моделі приймання рішень. Ризик. Інформаційне забезпечення управління. Види комунікацій, організація комунікаційного процесу.
20. Керівництво в організації, форми влади та впливу. Теорії лідерства. Формальне та неформальне лідерство. Стилi управління. Адаптивне керівництво
21. Конфліктні ситуації: різновиди та причини виникнення. Модель і стадії розвитку конфлікту. Управлінський вплив на конфлікт.
22. Природа організаційних змін, різновиди нововведень. Управління змінами, подолання опору. Організаційний розвиток. Природа стресу та управління ним.
23. Модель сучасного менеджера, його самовдосконалення. Ролі менеджера в організації. Соціальна відповідальність у менеджменті. Етика бізнесу. Культура організації. Ефективність управління

*Література*

1. Діденко В.М. Менеджмент: Підручник / В.М. Діденко. – К.: Кондор, 2008. – 584 с.
2. Мартиненко М. М. Основи менеджменту : Підручник / М. М. Мартиненко. – К. : Каравела, 2008. – 496 с.
3. Менеджмент організацій: Навчальний посібник / Л.Г. Шморгун. – К. : Знання, 2010. – 452 с.
4. Менеджмент організацій: навчальний посібник / В.І. Гуменник, Ю.С. Копчак, О.С. Кондур. – К. : Знання, 2012. – 503 с.
5. Монастирський Г.Л. Теорія організацій: Навчальний посібник. / Г.Л. Монастирський. К.: Знання, 2008. – 319 с.
6. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій : Навчальний посібник. / Т. В. Назарчук, О. М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 560 с.
7. Писаревський І.М., Нохріна Л.А., Познякова О.В. Менеджмент організацій: Навчальний посібник. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 133с.
8. Рудінська, О.В. Менеджмент. Теорія менеджменту. Організаційна поведінка. Корпоративний менеджмент : Навчальний посібник / О. В. Рудінська, С. А. Яроміч, І. О. Молоткова. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2002. – 335 с.
9. Ситник Й.С. Менеджмент організацій: Навчальний посібник / Й.С. Ситник. – Львів: «Тріада плюс», Київ «Алерта», 2008. – 456 с.

### **Тестові питання**

1. *Які ознаки притаманні організації як системі:*
  - а) Системність
  - б) Цілісність
  - в) Єдність
  - г) Упорядкованість
  - д) Подільність
2. *За допомогою саме цих зв'язків формуються відносини, визначені для даної системи (наприклад, соціально-економічні): відносини управління, підпорядкованості, соціальні відносини тощо:*
  - а) Синергетичні зв'язки
  - б) Функціонально необхідні зв'язки
  - в) Вертикальні зв'язки
  - г) Надлишкові зв'язки
3. *Цей закон організації полягає в тому, що сума властивостей (потенціалів, енергії, якостей) організованого цілого перевищує «арифметичну» суму властивостей кожного з окремих елементів. При цьому під властивістю елемента розуміється склад параметрів, що характеризують його, їхня взаємозалежність, зміни в часі:*
  - а) Закон синергії
  - б) Закон єдності аналізу та синтезу
  - в) Закон пропорційності
  - г) Закон композиції
  - л) Закон самозбереження

- ж) Закон організованості-інформованості
  - з) Закон онтогенезу
4. Цей закон організації визначає, що кожна організація проходить у своєму розвитку такі фази життєвого циклу: становлення — розквіт — згасання:
- а) Закон синергії
  - б) Закон єдності аналізу та синтезу
  - в) Закон пропорційності
  - г) Закон композиції
  - л) Закон самозбереження
  - ж) Закон організованості-інформованості
  - з) Закон онтогенезу
5. Теорії формування організацій поділяються на такі 2 групи:
- а) Процесуальні та системні
  - б) Універсальні та ситуаційні
  - в) Системні та універсальні
6. Теорія та методи комплексного оздоровлення корпорацій, управлінського ренесансу з охопленням та реконструкцією всіх без виключення елементів, в тому числі систем людських мотивацій та стимулів – це:
- а) Концепція внутрішніх ринків
  - б) Реінжиніринг
  - в) Теорія альянсів
7. Вкажіть моделі організаційного розвитку:
- а) Модель Айдізеса;
  - б) Модель Грейнера;
  - в) Модель Блейка і Моутон;
  - г) Модель Данко.
  - д) Модель БКГ.
8. Вкажіть, як називається фаза розвитку підприємства, відзначена знаком питання:
- а) Управління бізнес-ідеєю (створення і творчість);
  - б) Управління функціями (формалізація і побудова структур);
  - в) Управління процесами (делегування і диверсифікація);
  - г) Управління мережами (координація);
  - д) Управління знаннями (синергія і співпраця).
9. Вказати, які шляхи розвитку організації можливі після етапу „зародження”:
- а) Афера;
  - б) Дитяча смертність;
  - в) Пастка для керівника;
  - г) Невдале підприємництво;
  - д) Передчасна старість.
10. Рівень автоматизації робочих місць управлінців характеризує \_\_\_\_\_ ефективність:



- а) Економічну ефективність
- б) Організаційну ефективність
- в) Соціальну ефективність
- г) Виробничу ефективність

11. *Вкажіть, як називається криза розвитку підприємства, відзначена знаком питання:*

- а) Криза компетенції
- б) Криза координації
- в) Криза контролю
- г) Криза бюрократії
- д) Криза синергії.

12. *Як називається перший етап циклу розвитку бізнесу по Л. Данко:*

- а) Творець
- б) Дурень
- в) Переможець
- г) Грабіжник
- д) Ренесанс творця

13. *Оцінка рівня розробки нормативного матеріалу характеризує \_\_\_\_\_ ефективність:*

- а) Економічну ефективність
- б) Організаційну ефективність
- в) Соціальну ефективність
- г) Виробничу ефективність

14. *Вказати, які шляхи розвитку організації можливі після етапу „розквіт”:*

- а) Афера
- б) Дитяча смертність
- в) Стабільність
- г) Невдале підприємництво
- д) Передчасна старість.

15. *Ризик-менеджмент як система управління складається з двох підсистем:*

- а) Керованої і керуючої
- б) Об'єкта управління та суб'єкт управління.
- в) Все вищенаведене.

16. *Структура – це загальний, відносно стійкий, що змінюється в часі і просторі, спосіб організації внутрішніх зв'язків і відносин системи:*

- а) Так
- б) Ні

17. *Чи можна будь-яку досліджувану систему розглядати як елемент системи більш високого порядку:*

- а) Так
- б) Ні

18. *Цей закон організації полягає в тому, що процеси поділу, спеціалізації, диференціації, з одного боку, доповнюються протилежними процесами — з'єднання, універсалізації, інтеграції — з другого:*

- а) Закон синергії
- б) Закон єдності аналізу та синтезу
- в) Закон пропорційності
- г) Закон композиції
- л) Закон самозбереження
- ж) Закон організованості-інформованості
- з) Закон онтогенезу

19. Цей закон організації свідчить, що в системі не може бути більше порядку, ніж інформації:

- а) Закон синергії
- б) Закон єдності аналізу та синтезу
- в) Закон пропорційності
- г) Закон композиції
- л) Закон самозбереження
- ж) Закон організованості-інформованості
- з) Закон онтогенезу

20. Ці теорії стверджують, що існує єдиний раціональний спосіб побудови організації:

- а) Універсальні
- б) Ситуаційні
- в) Процесуальні

21. Теорія альянсів – це теорія та методи комплексного оздоровлення корпорацій, управлінського ренесансу з охопленням та реконструкцією всіх без виключення елементів, в тому числі систем людських мотивацій та стимулів:

- а) Так
- б) Ні

22. Вказати, які шляхи розвитку організації можливі після етапу „дитинство”:

- а) Афера;
- б) Дитяча смертність;
- в) Пастка для керівника;
- г) Невдале підприємництво;
- д) Передчасна старість.

23. Рівень централізації функцій управління характеризує \_\_\_\_\_ ефективність:

- а) Економічну ефективність
- б) Організаційну ефективність
- в) Соціальну ефективність
- г) Виробничу ефективність

24. Вказати, які шляхи розвитку організації можливі після етапу „зрілість”:

- а) Афера
- б) Дитяча смертність

- в) Пастка для керівника
  - г) Невдале підприємництво
  - д) Передчасна старість
25. *Як називається третій етап циклу розвитку бізнесу по Л. Данко:*
- а) Теорія
  - б) Дурень
  - в) Переможець
  - г) Грабіжник
  - д) Ренесанс творця
26. *Рівень стабільності кадрів характеризує \_\_\_\_\_ ефективність:*
- а) Економічну ефективність
  - б) Організаційну ефективність
  - в) Соціальну ефективність
  - г) Виробничу ефективність
27. *Узгодженість роботи всіх ланок системи управління ризиком, апарату управління і фахівців відноситься до функцій:*
- а) Об'єкта управління.
  - б) Суб'єкта управління.
28. *На підставі чого формуються цілі і стратегії компанії:*
- а) Програми розвитку
  - б) Бізнес-плану
  - в) Місії
29. *Вказати, які шляхи розвитку організації можливі після етапу „давай-давай”:*
- а) Афера
  - б) Дитяча смертність
  - в) Пастка для керівника
  - г) Невдале підприємництво
  - д) Передчасна старість
30. *Оцінка перспектив розвитку соціальних інституцій характеризує \_\_\_\_\_ ефективність:*
- а) Економічну ефективність
  - б) Організаційну ефективність
  - в) Соціальну ефективність
  - г) Виробничу ефективність
31. *Рівень технічної озброєності управлінців характеризує \_\_\_\_\_ ефективність:*
- а) Економічну ефективність
  - б) Організаційну ефективність
  - в) Соціальну ефективність
  - г) Виробничу ефективність.

32. При спільних діях деяких частин елементів системи ці зв'язки забезпечують збільшення загального ефекту цих дій до величини, що перевищує суму ефектів від тих частин, що діють незалежно:

- а) Функціонально необхідні зв'язки
- б) Вертикальні зв'язки
- в) Синергетичні зв'язки
- г) Надлишкові зв'язки

33. Система – це кінцева сукупність елементів і відносин між цими ж елементами:

- а) Так
- б) Ні

34. Концепція внутрішніх ринків корпорацій характеризується перенесенням закономірностей та принципів ринкового господарювання на внутрішню діяльність корпорацій:

- а) Так
- б) Ні

35. \_\_\_\_\_ закріплює відповідальність структурних ланок (і окремих фахівців) за виконання бізнес-функцій при реалізації процесів комерційної діяльності (закупівля, виробництво, збут і ін.), а також функцій менеджменту, пов'язаних з управлінням цими процесами (планування, облік, контроль у області маркетингу, фінансів, управління персоналом і ін.)

- а) Організаційна структура
- б) Матриця функціональної відповідальності
- в) Штатний розклад

36. «Компанії об'єднуються для того щоб використовувати специфічні ринкові можливості, які не можуть бути реалізовані окремо взятими організаціями», – це твердження властиве:

- а) Концепції внутрішніх ринків
- б) Реінжинірингу
- в) Теорії альянсів

37. Розробка на перспективу змін фінансового стану об'єкта в цілому і його різних частин відноситься до функцій:

- а) Об'єкта управління
- б) Суб'єкта управління

38. Рівень автоматизації робочих місць управлінців характеризує \_\_\_\_\_ ефективність:

- а) Економічну ефективність
- б) Організаційну ефективність
- в) Соціальну ефективність
- г) Виробничу ефективність.

39. Модель «Лідерство, як повсякденний конструкт» належить таким вченим:

- а) Р. Лорд, Дж. Філліпс, Дж. Фотіс, Г. Аллігеа, К. Де Вадер
- б) Б. Калдер

- в) Дж. Пфедфер
- г) С. Грін і Т. Мітчелл
- д) Дж. Воффорд і Т. Шринівазан

40. Функціонування системи як єдиного цілого забезпечується зв'язками між її елементами. Відомі три типи зв'язків:

- а) Вертикальні, горизонтальні та перехресні зв'язки
- б) Функціонально необхідні, синергетичні та надлишкові зв'язки
- в) Горизонтальні, функціонально необхідні та синергетичні зв'язки

## **ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ВИБІРКОВИХ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА ДЕРЖАВНУ АТЕСТАЦІЮ**

### **ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АНАЛІЗ І БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ**

1. Поняття інвестиційного проекту, його зміст та форми, основні етапи розробки та реалізації.
2. Бізнес-план: поняття, призначення, види і структура бізнес-плану.
3. Інвестиційні ресурси: поняття, їх класифікація, джерела формування та методи розрахунку загального обсягу інвестиційних проектів.
4. Сутність поняття «дисконтування». Класифікація норм дисконту, розрахункова формула та методи обґрунтування.
5. Поняття ефективності інвестиційних проектів, види ефективності.
6. Форми і методи фінансування інвестиційних проектів і програм.
7. Бюджет капіталовкладень: поняття, етапи процесу бюджетування та оптимізація бюджету капіталовкладень.

#### *Література*

1. Боярко І. М. Інвестиційний аналіз: навч. посібник / І. М. Боярко, Л. Л. Грищенко. – К. : КНЕУ, 2011. – 316 с.
2. Ноздріна Л. В. Управління проектами: підручник / За заг. ред. Л. В. Ноздріної / Л. В. Ноздріна, В. І. Ящук, О. І. Полотай. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 432 с.
3. Основы бизнес-анализа : учебное пособие / В. И. Бариленко, В. В. Бердников, Р. П. Булыга [и др.]; под ред. В. И. Бариленко. – М. : КНОРУС, 2016. – 272 с.
4. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (Руководство РМВОК®) — Project Management Institute. Пятое издание. – 2013. – 614 с.
5. Технологія управління соціальними проектами : [монографія] / Т.М. Безверхнюк, А.О. Левицький, К.В. Пеклун, І.В. Руда, І.А. Сенча, Т.В. Сивак. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2014. – 351 с.
6. Управление проектами: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организаций» / И.И. Мазур. – М. Изд-во «Омега-Л», 2014. – 960 с.

7. Управление проектами: фундаментальный курс: [учебник] / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони и др.; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 620 с.

### *Тестові питання*

1. *Інвестиції – це...*

а) всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект;

б) довгострокові вкладення капіталу у реальний сектор економіки;

в) придбання цілісних майнових комплексів.

2. *За об'єктом вкладення інвестиції поділяють на:*

а) валові та чисті;

б) реальні та фінансові;

в) приватні, колективні, державні;

г) вірної відповіді немає.

3. *Основними методами розрахунку обсягу інвестиційних ресурсів є:*

а) метод питомої капіталоємності, метод аналогів, балансовий метод;

б) метод капіталізації, метод оптимізації, метод аналогів;

в) метод аналогів, метод питомої капіталоємності;

г) вірної відповіді немає.

4. *Об'єктами інвестування є:*

а) матеріальні активи;

б) цінні папери та похідні фондові активи;

в) наукова-технічна продукція;

г) всі відповіді вірні.

5. *Визначте, яке з тверджень є вірним:*

а) Інвестори – це суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позикових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування;

б) Інвестори – це об'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позикових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування;

в) Інвестори – це суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування;

г) Інвестори – це суб'єкти інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення позикових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування.

6. *Вартість інвестиційного ресурсу для суб'єкта господарювання –це:*

а) витрати на залучення та обслуговування ресурсу.

б) доходи від здійснення інвестицій;

- в) норма прибутковості на даний інвестиційний ресурс;  
 г) сума чистого прибутку отриманого підприємством.
7. *Інвестиційні ресурси можливі у таких формах:*
- фінансові та матеріальні;
  - грошові;
  - матеріальні та нематеріальні;
  - трудові, матеріальні, нематеріальні, фінансові.
8. *Інвестиційний ринок – це:*
- фондова біржа;
  - сукупність відносин, що виникають між продавцями та споживачами інвестиційних товарів;
  - сукупність відносин, що виникають між продавцями та споживачами цінних паперів;
  - фінансовий ринок.
9. *Кон'юнктура інвестиційного ринку включає такі стадії:*
- спад, підйом, бум;
  - підйом, бум, послаблення, спад;
  - спад, підйом;
  - вірної відповіді немає.
10. *Інвестиційна вартість – це:*
- конкретна вартість об'єкту, що оцінюється, для конкретного інвестора, виходячи з його особистих цілей інвестування;
  - вартість активів за мінусом зносу, а також сум короткострокових та довгострокових зобов'язань;
  - чиста сума, що може бути виручена під час ліквідації об'єкта;
  - балансова вартість з урахуванням переоцінки активів на дату оцінки вартості.
11. *Майбутня вартість інвестованих коштів розраховується як:*
- $FV_n = PV(1 + r)^n$ ;
  - $PV_\infty = \frac{A}{r}$ ;
  - $PV = \frac{FV}{(1+r)^n}$ ;
  - $EAR = [1 + \frac{ARP}{n}]^n - 1$ .
12. *Чим техніко-економічне обґрунтування відрізняється від бізнес-плану інвестиційного проекту?*
- обсягом виконаного дослідження ринку;
  - кількістю розрахованих показників ефективності проекту;
  - відсутністю маркетингової стратегії;
  - відсутністю аналізу ризиків;
13. *За формою власності інвестиційні проекти поділяють на:*
- державні, колективні, приватні;
  - монопроект, мультипроект, мегапроект;
  - ординарний, неординарний;
  - незалежний, альтернативний, компліментарний, проект заміщення.

14. *Бізнес-план – це...*

- а) визначений перелік документів і рекомендацій, необхідних для реалізації інвестиційної пропозиції;
- б) стандартний документ, у якому детально обґрунтовується концепція призначеного для реалізації реального інвестиційного проекту і наводяться основні його технічні, економічні, фінансові та соціальні характерні риси;
- в) сукупність різних видів діяльності, спрямованих на реалізацію інвестиційної стратегії;
- г) документ, що пов'язаний з реалізацією повного циклу інвестицій.

15. *Інвестиційна фаза передбачає:*

- а) продаж за залишковою вартістю обладнання;
- б) техніко-економічне обґрунтування проекту;
- в) закупку та встановлення обладнання;
- г) пошук потенційних інвесторів.

16. *Методики розробки бізнес-планів поділяють на:*

- а) стандартні, специфічні;
- б) державні, міжнародні, корпоративні;
- в) загальні, індивідуальні;
- г) правильної відповіді немає.

17. *У передінвестиційні фазі відбувається:*

- а) закупівля та введення в дію основного обладнання;
- б) створення постійних активів підприємства;
- в) вибір постачальників сировини та обладнання;
- г) розробка бізнес-плану інвестиційного проекту.

18. *Основна мета інвестиційного проекту?*

- а) максимізація обсягу продукції, що випускається;
- б) мінімізація витрат на споживання ресурсів;
- в) технічна ефективність проекту, що забезпечує вихід на ринок з якісною (конкурентоспроможною) продукцією;
- г) максимізація прибутку.

19. *Дисконтування – це...*

- а) процес розрахунку майбутньої вартості коштів, інвестованих сьогодні;
- б) зворотній розрахунок цінності грошей, тобто визначення того, скільки треба було б інвестувати сьогодні, щоб отримати деяку суму в майбутньому;
- в) фінансова операція, що передбачає щорічний внесок грошових коштів заради накопичення певної суми в майбутньому;
- г) приведення майбутньої вартості коштів до теперішнього періоду.

20. *Норми дисконту класифікують на:*

- а) соціальну;
- б) учасника проекту;
- в) бюджетну;
- г) комерційну)
- д) усі відповіді вірні.



21. *Внутрішня норма дохідності – це:*

- а) ставка дохідності розрахована не по компанії загалом, а лише по окремому виду її діяльності;
- б) величина обернена до чистої теперішньої вартості;
- в) ставка дисконтування, при якій чиста теперішня вартість дорівнює нулю;
- г) коефіцієнт, який дає змогу врахувати амортизацію при визначенні процентної ставки, за якою буде фінансуватися інвестиційний проект.

22. *Ефективність проекту базується на співвідношенні:*

- а) доходів і витрат;
- б) ефектів і витрат;
- в) тривалості і витрат;
- г) ефектів і тривалості проекту.

23. *Визначте, яке з тверджень є хибним:*

- а) якщо  $PI > 1$ , то  $NPV > 0$ ;
- б) якщо  $PI < 0$ , то  $IRR < 1$ ;
- в) якщо  $NPV < 0$ , то  $PI < 1$ ;
- г) жодне визначення не хибне.

24. *Метод кумулятивного розрахунку норми дисконту передбачає включення:*

- а) норми дохідності, рівня інфляції, рівня очікуваного ризику;
- б) норми дохідності, норми амортизації, рівня інфляції;
- в) норми дохідності, рівня інфляції, кредитної ставки;
- г) кредитної ставки, норми амортизації, норми прибутку на капітал.

25. *Для очікуваної ефективності інвестиційних проектів в сучасній практиці фінансового менеджменту використовуються наступні основні показники:*

- а) чистий приведений дохід;
- б) індекс дохідності;
- в) період окупності;
- г) всі відповіді вірні.

26. *Норма дисконту – це:*

- а) очікувана норма прибутковості інвестора;
- б) рівень ризику інвестицій;
- в) очікуваний рівень витрат інвестора;
- г) немає правильної відповіді.

27. *Комерційна ефективність проекту включає:*

- а) соціальні наслідки реалізації проекту;
- б) фінансові наслідки реалізації проекту;
- в) суспільну значущість проекту;
- г) соціально-економічну ефективність проекту.

28. *Індекс дохідності завжди більший 1, якщо:*

- а) чиста приведена вартість дорівнює 0;
- б) чиста приведена вартість дорівнює більше 0;
- в) чиста приведена вартість менше 0;

г) чиста приведена вартість дорівнює 1.

29. Комерційна оцінка проекту, що реалізується за власні кошти передбачає розрахунок:

- а) грошового потоку від інвестиційної діяльності;
- б) грошового потоку від фінансової діяльності;
- в) грошового потоку від операційної діяльності;
- г) відповіді а) та в);
- д) відповіді а) та б).

30. Як розраховується термін окупності інвестиційного проекту?

- а) на основі зіставлення інвестиційних вкладень та інших витрат пов'язаних з реалізацією проекту;
- б) ділення витрат на ефект;
- в) порівнянням чистої приведеної вартості і інвестицій;
- г) правильної відповіді немає.

31. Визначте, яке з наведених нижче тверджень є правильним:

- а) індекс прибутковості враховує вартість грошей у часі, але не дає можливості порівняти різні проекти;
- б) індекс прибутковості не враховує вартість грошей у часі, але дає можливість порівняти грошові потоки;
- в) індекс прибутковості враховує вартість грошей у часі і дає можливість порівнювати проекти;
- г) усі твердження є неправильними.

32. Що таке ануїтет?

- а) послідовність грошових потоків, що оцінюється за часом здійснюється., послідовно через проміжки часу і в однакових розмірах;
- б) сума майбутніх грошових надходжень, приведених з урахуванням визначеної процентної ставки на поточний період;
- в) сума інвестованих на поточний момент коштів, в яку вони перетворюються через певний час, з урахуванням встановленої процентної ставки;
- г) сума коштів, що розраховується на основі відсотку інфляції.

33. Амортизаційні відрахування...

- а) відносять до залучених джерел фінансування;
- б) відносять до запозичених джерел фінансування;
- в) відносять до власних джерел фінансування;
- г) не є джерелом фінансування інвестицій.

34. У випадку суперечливих показників ефективності інвестиційних проектів за основу необхідно взяти показник:

- а) DPI;
- б) NPV;
- в) IRR;
- г) DPP.

35. Чистий приведений дохід – це

а) різниця між приведеної до теперішньої вартості сумою грошового потоку за період експлуатації інвестиційного об'єкта і сумою інвестованих у його реалізацію коштів.

б) сума інвестиційних коштів, які спрямовуються на реалізацію інвестиційного проекту приведена до теперішньої вартості;

в) різниця між сумою грошового потоку за період експлуатації інвестиційного об'єкта і сумою інвестованих у його реалізацію коштів.

г) сума доходів отриманих від реалізації проекту, приведених до теперішньої вартості.

36. Чиста приведена вартість позначається як:

а) NUS;

б) NRR;

в) NPV;

г) E-NPV.

37. Критерієм для визначеного оптимального строку експлуатації інвестиційного об'єкту є:

а) E-NPV;

б) NPV;

в) K-NPV;

г)  $(1 + r)^n NPV$ .

38. До джерел фінансування проектів відносять:

а) самофінансування;

б) кредитування;

в) акціонування;

г) компаундування ;

д) дисконтування;

е) всі відповіді вірні;

є) вірні відповіді а), б), в).

39. До залучених джерел фінансування відносять:

а) емісію акцій;

б) безкоштовно надані внески сторонніх осіб у статутний капітал;

в) безповоротне цільове державне фінансування;

г) всі відповіді вірні.

40. Метод розрахунку внутрішньої норми прибутковості (IRR):

а) внутрішній коефіцієнт окупності інвестицій (за своєю природою близький до банківської річної ставки прибутковості);

б) метод, що дозволяє знайти граничне значення коефіцієнта дисконтування, тобто коефіцієнта дисконтування, при якому  $NPV=0$  (так званий перевірочний дисконт).

в) метод при якому IRR порівнюють з рівнем окупності вкладень, який вибирається в якості стандартного.

## ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ

1. Сутність стратегічних комунікацій. Стратегічні комунікації чи просто комунікації: принципові особливості та відмінності.
2. Нормативно-правова база, що регулює суспільні відносини у сфері стратегічних комунікацій.
3. Засади інформаційно-аналітичної діяльності у сфері стратегічних комунікацій.
4. Ознаки та компоненти системи стратегічних комунікацій.
5. Аналітична наратологія.
6. Залучення ключового лідера.
7. Інформаційні операції та війни.
8. Психологічні операції. Пропаганда як елемент стратегічних комунікацій.
9. Заінтересовані сторони та цільові аудиторії.
10. Технологічний ланцюг вироблення відповідного наративу та меню інтерпретацій для різних цільових аудиторій.
11. Аналіз наслідків сприйняття конкретного меседжу всіма іншими можливими аудиторіями.

#### *Література*

1. Ліпкан В.А. Систематизація інформаційного законодавства України : монографія / В.А. Ліпкан, В.А. Залізник – К.: ФОП О.С. Ліпкан, 2012. – 304 с.
2. Попова Т.В. Стратегічні комунікації : словник / Т.В. Попова, В.А. Ліпкан / за заг. ред. В.А. Ліпкана. – К. : ФОП О.С. Ліпкан, 2016. – 416 с.
3. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика: навчальний посібник / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – К. : Знання, 2006. – 663 с.
4. Почепцов Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Почепцов ; 2-е изд., доп. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 1999. – 352 с.
5. Почепцов Г. Паблик рилейшинз для професіоналов / Г. Почепцов ; 2-е изд., доп. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2000. – 624 с.
6. Почепцов Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесу та державному управлінні : навч. посіб. для студ. і аспір. / Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2008. – 216 с.
7. Почепцов Г. Теория коммуникаций / Г. Почепцов ; 2-е изд., доп. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2003. – 656 с.
8. Почепцов Г. Г. Информация и дезинформация : монографія / Г. Г. Почепцов. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2001. – 251 с.
9. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика: навчальний посібник / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – К. : Знання, 2006. – 663 с.
10. Стратегічні комунікації: посібник для державних службовців / Дмитро Коник // Міжнародний банк реконструкції та розвитку / Світовий банк. – Київ: ТОВ «Обнова Компані», 2016. – 256 с.

#### *Тестові питання*

1. *Стратегічні комунікації – це:*

а) п'ять ключових складових, що об'єднують, координують, активізують і використовують ресурси та можливості менеджменту, маркетингу, журналістики, соціології, психології, бізнесу й реклами;

б) особлива форма соціального регулювання, що є окремим видом соціальних комунікацій;

в) скоординоване використання комунікативних можливостей інституціональної структури – публічної дипломатії, зв'язків із громадськістю, військових зв'язків, інформаційних та психологічних операцій, заходів, спрямованих на просування цілей держави тощо;

г) правильні відповіді *а* та *в*.

*2. До головних характеристик стратегічних комунікацій належить:*

а) працюють з сучасним часовим циклом з уже наявними об'єктами;

б) працюють з майбутнім часовим циклом, з об'єктами, що будуть сформовані у визначеній часовій точці, діють з урахуванням дій опонента;

в) направлені на широкий загаль, впливають одночасно на все суспільство, дають результат в комунікативному просторі;

г) розрізнені дії, повідомлення, зображення, призначені для інформування, впливу, або переконання цільової аудиторії з метою просування та реалізації національних інтересів відповідно до національних цінностей.

*3. Система стратегічних комунікацій – це:*

а) хаотично пов'язана між собою сукупність елементів, які у своїй єдності утворюють новий інформаційний феномен – стратегічні комунікації

б) узгоджена за цілями та короткостроковими пріоритетами діяльність державних і недержавних інституцій у сфері масових комунікацій на засадах інформації взаємодії;

в) діяльність, здійснювана у зв'язку з реалізацією стратегічних комунікацій та спрямована на суспільні інформаційні відносини, зокрема на їх становлення та розвиток, регулювання і безпеку;

г) це діяльність, що заснована на застосуванні архаїчних методик та методологічних підходів дослідження сучасних медіафеноменів.

*4. Відповідно до стандартів НАТО, який з компонентів не належить до системи стратегічних комунікацій:*

а) публічна дипломатія;

б) зв'язки з громадськістю;

в) інформаційні та психологічні операції;

г) протиторство в електромагнітному просторі.

*5. До основних компонентів системи стратегічних комунікацій належать:*

а) 17 компонентів;

б) 15 компонентів;

в) 19 компонентів;

г) 13 компонентів.

б. *До інтеракціоністського блоку системи стратегічних комунікацій належать:*

- а) публічна дипломатія; кібернетична безпека, протиборство в електромагнітному просторі, внутрішня комунікація;
- б) блок військового та цивільно-військового співробітництва; документування подій, безпека операцій, заходи активного впливу;
- в) публічна дипломатія; залучення ключового лідера; зв'язки зі ЗМІ, з органами державної влади, з громадськістю, внутрішня комунікація;
- г) інформаційні, психологічні, спеціальні операції, протиборство в електромагнітному просторі, внутрішня комунікація.

7. *До інформаційно-психологічного блоку системи стратегічних комунікацій належать:*

- а) інформаційні, психологічні, спеціальні операції;
- б) публічна дипломатія; залучення ключового лідера; зв'язки зі ЗМІ,
- в) документування подій, безпека операцій, заходи активного впливу;
- г) кібернетична безпека, протиборство в електромагнітному просторі.

8. *До технічного блоку системи стратегічних комунікацій належать:*

- а) заходи активного впливу, документування подій;
- б) протиборство в електромагнітному просторі, кібернетична безпека;
- в) залучення ключового лідера; зв'язки зі ЗМІ;
- г) внутрішня комунікація, безпека операцій.

9. *До військового блоку системи стратегічних комунікацій належать:*

- а) військове та цивільно-військове співробітництво, публічна дипломатія;
- б) залучення ключового лідера, інформаційні операції;
- в) кібернетична безпека; зв'язки зі ЗМІ, з органами державної влади, з громадськістю;
- г) документування подій, безпека операцій, заходи активного впливу.

10. *Визначте про що йде мова «здійснення впливу на сприйняття суспільством інших держав політики вашої країни, формування громадської думки в іноземних державах; процес комунікації з іноземною публікою з метою її ознайомлення з національними ідеями, ідеалами, політикою і цінностями»:*

- а) публічну дипломатію;
- б) громадську дипломатію;
- в) культурну дипломатію;
- г) народну дипломатію.

11. *Словосполучення «м'яка сила» часто використовується на позначення:*

- а) безпеки операцій;
- б) публічної дипломатії;
- в) психологічних операцій;
- г) зв'язків з громадськістю.

12. Що не відноситься до типу публічної дипломатії?

- а) об'єктивна: наука і технології;
- б) суб'єктивно-об'єктивна: література, кіно;
- в) суб'єктивна: звички, розваги;
- г) відносно об'єктивна: політичні та економічні системи.

13. Паблісіті (публічність) – це:

- а) процес створення подій, які мають стати новиною і обов'язково висвітлюватися у ЗМІ;
- б) продуманий спосіб керування громадським сприйняттям певного суб'єкта комунікацій;
- в) самореклама: різні дії задля привернення уваги, зокрема в ЗМІ;
- г) всі відповіді правильні.

14. Відмінність між офіційною і публічною дипломатією полягає в:

- а) публічна дипломатія є відкритою, широко розповсюджується, офіційна – закрита та менш поширена;
- б) публічна дипломатія направлена від урядів до широких верств населення, офіційна – між урядами;
- в) теми і проблеми офіційної дипломатії відносяться до поведінки і політики урядів, публічної дипломатії – населення.
- г) всі відповіді правильні.

15. Реалізація публічної дипломатії не відбувається за напрямом:

- а) уряд (однієї країни) – суспільство (іншої країни);
- б) уряд (однієї країни) – уряд (іншої країни);
- в) суспільство (однієї країни) – уряд (іншої країни);
- г) суспільство (однієї країни) – суспільство (іншої країни);

16. Рівень публічної дипломатії – медіадипломатія відбувається через:

- а) мас-медіа;
- б) Інтернет;
- в) можливість здобути освіти;
- г) неурядові організації.

17. Кіберпростір – це:

- а) електронне інформаційне середовище, утворене організованою сукупністю взаємопов'язаних за єдиними принципами та правилами інформаційних, телекомунікаційних та інформаційно-телекомунікаційних систем;
- б) середовище існування та розповсюдження інформації, створюване ЗМІ;
- в) середовище, створюване інформаційними системами, об'єднаними в локальні комп'ютерні мережі й реалізованими на окремих комп'ютерах та інших пристроях в одній установі;
- г) реальне середовище, в якому за допомогою чуток циркулює інформація.

18. Створення штучної громадської думки за допомогою гласних чи негласних заходів, форм та методів впливу зацікавленими іноземними

*спеціальними службами, окремими організаціями, групами та особами з метою витіснення думки реальних людей і створення враження, наче велика кількість людей вимагає чогось конкретного або виступає проти чого-небудь – це:*

- а) блогер;
- б) астротурфінг;
- в) інтернет-коментатор;
- г) бот.

*19. До парадипломатії не відноситься діяльність на міжнародній арені і заява про свої інтереси представників громадянського суспільства держави:*

- а) міст-побратимів;
- б) вузів-побратимів;
- в) регіонів-побратимів;
- г) цивільних осіб, що виїжджають за кордон.

*20. Публічний дипломат – це:*

- а) особа, яка володіє мистецтвом оратора;
- б) особа, яка збирає інформацію про іншу країну;
- в) людина, яка на громадських засадах виконує дипломатичні функції;
- г) людина, яка здатна домовлятися, володіє мистецтвом переговорів, діалогу, встановлення і підтримки контактів у конкретному середовищі з конкретною метою.

*21. До основних ознак масової комунікації належать:*

- а) масовість аудиторії;
- б) швидке розповсюдження інформації;
- в) однорідність аудиторії;
- г) всі відповіді правильні.

*22. Визначте послідовність етапів трансформації великого скупчення людей в емоційну спільноту, особливу тимчасову масу:*

- а) кружіння – активізація – циркуляція – створення образу;
- б) циркуляція – кружіння – створення образу – активізація;
- в) створення образу – активізація – циркуляція – кружіння;
- г) активізація – циркуляція – створення образу – кружіння.

*23. Що не є одним із типів мас:*

- а) територіальна громада (населення міста, села);
- б) зібрана публіка (глядачі в театрі, мітингарі);
- в) незібрана публіка (прихильники кумирів);
- г) натовп (перехожих).

*24. Стратегічні комунікації мають відношення до:*

- а) ієрархічної комунікації;
- б) демократичної комунікації;
- в) масової комунікації;
- г) телекомунікації.

*25. Залучення ключового лідера – це:*



а) спосіб впливу на населення через важливих формальних чи неформальних лідерів, за допомогою якого відбувається ефективна профілактика загроз перед тим, як вони можуть бути реалізовані;

б) спосіб отримання інформації, поширення меседжів і шлях побудови миру;

в) систематична та організаційна персональна взаємодія між суб'єктами стратегічних комунікацій і ключовими впливовими фігурами з метою отримання очікуваного ефекту через їхній вплив на певну соціальну групу;

г) всі відповіді правильні.

26. *Що не має відношення до компоненту системи стратегічних комунікацій – зв'язків зі ЗМІ:*

а) сприяння встановленню порозуміння й доброзичливості між особистістю, організацією і іншими суб'єктами інформаційних відносин за допомогою поширення пояснювального матеріалу, обміну інформацією та оцінки громадської реакції;

б) діяльність, спрямована на встановлення економічних відносин між організацією (державою, політичною партією, військовим формуванням тощо) і ЗМІ;

в) система дій зі створення, підтримки та трансформації іміджу як процесу управління каналами його розповсюдження й сукупність цілеспрямованих контактів зі ЗМІ у межах реалізації загальної іміджевої концепції, формування відповідного бренду;

г) формування керованої системи інформаційних зв'язків через цілеспрямоване формування певної визначеної громадської думки ЗМІ.

27. *Зв'язки з громадськістю – Паблік рилейшнз – PR – це:*

а) особливий вид діяльності, змістом якої є цілеспрямоване формування вигідної суб'єкту стратегічних комунікацій громадської думки у тій чи іншій цільовій аудиторії;

б) система дій зі створення, підтримки та трансформування інформації як процесу управління каналами її розповсюдження;

в) діяльність спрямована на встановлення економічних відносин між організацією і громадськістю;

г) система економічних зв'язків влади з громадськістю та тривалі зусилля, спрямовані на створення й підтримання взаємовигідних відносин.

28. *Зв'язки з органами влади (Урядом) – GR – це:*

а) відносини бізнесу, громадських організацій з органами влади;

б) зв'язки Уряду з бізнес структурами;

в) відносини громадських організацій з бізнес структурами;

г) відносини бізнесу, громадських організацій з політичними партіями.

29. *Визначте про який елемент системи стратегічних комунікацій йде мова «здійснюються в рамках безпосередньо суб'єкта стратегічних комунікацій, де і комунікатор, і одержувач повідомлення знаходяться усередині структури»:*

а) зв'язки з громадськістю;

- б) зв'язки з органами влади;
- в) внутрішня комунікація;
- г) зв'язки зі ЗМІ.

30. *Сплановане використання засобів, форм і методів поширення інформації для певного впливу на поведінку людини – це:*

- а) спеціальні операції;
- б) психологічні операції;
- в) стратегічні операції;
- г) інформаційні операції.

31. *Сплановані суб'єктом стратегічних комунікацій операції з передачі обраної інформації та ідентифікаторів аудиторії з метою впливу на її емоції, мотиви, процес мислення організації, груп та індивідів, особливо на поведінку уряду – мова йде про:*

- а) спеціальні операції;
- б) стратегічні операції;
- в) психологічні операції;
- г) інформаційні операції.

32. *Кібернетична безпека –це:*

- а) стан захищеності життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства та держави в кібернетичному просторі;
- б) процес зі створення, збирання, одержання інформації;
- в) сукупність яких-небудь елементів, одиниць, частин, об'єднаних за спільною ознакою, призначенням;
- г) усі відповіді правильні.

33. *Суперництво соціальних систем (країн, блоків країн) в інформаційній сфері з приводу впливу на ті або інші сфери соціальних відносин і встановлення контролю над джерелами стратегічних ресурсів – це:*

- а) кібернетична безпека;
- б) документування подій;
- в) протиборство в електромагнітному просторі;
- г) кіберзлочинність та кібертероризм.

34. *Цивільно-військове співробітництво – це:*

- а) процес встановлення дружніх та конструктивних відносин між цивільним населенням і військовими;
- б) система заходів інформаційного, політичного, економічного та військового характеру;
- в) система заходів, спрямованих на підвищення ефективності функціонування військової системи, виконання нею поставлених завдань;
- г) усі відповіді правильні.

35. *Постійне й систематичне збирання та обробка записаної інформації для зберігання, класифікації, пошуку, використання та передавання даних – це:*

- а) документування подій;
- б) безпека операцій;

- в) цивільно-військове співробітництво;
- г) інформаційні війни.

36. *Вчинення комплексу демаскувальних заходів з метою унеможливити витік інформації про підготовку, планування та інші деталі проведення спеціальних заходів суб'єктами стратегічних комунікацій – мова йде про:*

- а) інформаційні війни;
- б) безпеку операцій;
- в) документування подій;
- г) протиборство в електромагнітному просторі.

37. *Війни з використанням державного глобального інформаційного простору й інфраструктури для проведення стратегічних військових операцій і зміцнення впливу на власний інформаційний ресурс – мова йде про:*

- а) інформаційні війни;
- б) гібридні війни;
- в) дифузні війни;
- г) фейки.

38. *До суб'єктів системи стратегічних комунікацій не належать:*

- а) органи публічної влади;
- б) бізнес-структури;
- в) громадські (неурядові) організації;
- г) населення, суспільство.

39. *Освовий контент, елемент всієї інформаційної діяльності суб'єкта стратегічних комунікацій, на утвердження якого в цільових аудиторіях (внутрішніх чи зовнішніх) і спрямовується діяльність всіх комунікативних можливостей – це:*

- а) наратив;
- б) меседж;
- в) фейк;
- г) стратегічний наратив.

40. *До структури наративу належить:*

- а) система понять, ідей, символів;
- б) сукупність обстановки, несподіваної події, психофізичних реакцій;
- в) сукупність незапланованих необхідних дій, наявність ефекту/наслідків.
- г) усі відповіді правильні.

## **ПРОЕКТУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

1. Розуміння цілей організації за комунікаційними категоріями: «інформування», «висвітлення», «тлумачення», «забезпечення участі».
2. Стратегічні комунікації – принципи управління комунікаційним процесом.
3. Порядок розроблення системи стратегічних комунікацій.
4. Розроблення комунікаційної стратегії організації.
5. Проектування стратегічного комунікаційного процесу.

6. Проектування поведінки цільової аудиторії.
7. Проектування моделі комунікативної взаємодії між ключовими суб'єктами стратегічних комунікацій.
8. Інтеграція інструментів та засобів досягнення цілі стратегічних комунікацій.
9. Проектний процес реалізації стратегічних комунікацій.
10. Проектні дії з управління процесом реалізації стратегічних комунікацій.

#### *Література*

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». – К. : НІСД, 2016. – 688 с. (розділ 9)
2. Комунікація Уряду із суспільством: Аналітичний документ // Аналітична платформа «21 листопада». – Київ, 2015. – 70 с.
3. Коник Д. Стратегічні комунікації : посібник для державних службовців / Д. Коник. – К.: ТОВ «Обнова Компані», 2016. – 256 с.
4. Организация и проведение коммуникационных кампаний: учебник / Е. Г. Лашкова, А. И. Куценко. – М.: Издательский центр «Академия», 2014. – 272 с.
5. Стратегічні комунікації : [словник] / Т. В. Попова, В. А. Ліпкан ; за заг. ред. доктора юридичних наук В. А. Ліпкана. - К. : ФОП Ліпкан О.С., 2016. - 416 с.
6. Посібник з комунікації. Комунікаційні рішення для проектів ЄС в Україні //
7. Представництво Європейського Союзу в Україні. – Київ, лютий 2013 року. – 42 с.
8. Почепцов Г. Стратегічні комунікації: стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні : навч. посіб. для студ. і аспір. / Г. Почепцов. – К. : Альтерпрес, 2008. – 216 с.
9. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади // Проект Уряду Великої Британії «Будуємо мости заради реформ і довіри». – Київ, 2016. – 112 с.
10. Технологія управління соціальними проектами : [монографія] / Т.М. Безверхнюк, А.О. Левицький, К.В. Пеклун, І.В. Руда, І.А. Сенча, Т.В. Сивак / За заг. ред. Безверхнюк Т.М. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2014. – 351 с.
- 11.7 кроків до ефективного вимірювання впливу : посібник // «Ін-Фокус Ентерпрайзес Лтд». – Версія 2.0, грудень 2016 р. – 16 с.

#### *Тестові питання*

##### *1. Проектування – це:*

- а) комплекс робіт який складається з пошуку, досліджень, розрахунків та розрахування з метою отримання опису достатнього для створення нового об'єкту або виробу, його реконструкції, модернізації, що відповідає заданим вимогам

- б) процес створення проекту – прототипу, прообразу передбачуваного або можливого об'єкту, стану.
- в) заздалегідь намічений порядок дій, необхідних для досягнення поставленої цілі
- г) оптимальний розподіл ресурсів для досягнення поставленої мети.
- д) правильна відповідь а) і б)

2. *Стратегія – це:*

- а) модель узагальнення дій, необхідних для досягнення поставлених цілей шляхом координування і розподілу ресурсів організації
- б) передбачений хід подій у часі, порядок і правила, що повинні виконуватись для досягнення запланованих цілей
- в) фіксація системи цілей, задач і засобів, які передбачають спрямовану зміну ситуації при передбаченому стані середовища
- г) комплекс науково-дослідних, проектно-конструкторських, соціально-економічних, організаційно-господарських та інших заходів, пов'язаних ресурсами, виконавцями та термінами, відповідно оформлених і направлених на зміну об'єкта управління, що забезпечує ефективність розв'язання основних завдань та досягнення відповідних цілей за певний період
- д) процес передбачення майбутнього стану предмета чи явища на основі аналізу його минулого і сучасного, систематично оцінювана інформація про якісні й кількісні характеристики розвитку обраного предмета чи явища в перспективі.

3. *Діяльність, що пов'язана з комунікацією – це:*

- а) процес систематизації та висвітлення інформації щодо діяльності організації
- б) процес створення спільних смислів, комунікування з метою забезпечення участі
- в) використання інформаційних можливостей організації
- г) процес розміщення інформації, що використовується в організації

4. *Основними індикаторами відмінності стратегічної комунікації від інших видів комунікацій є:*

- а) інтеграція, синхронізація, наратив
- б) інформування, роз'яснення, переконання
- в) стратегічне планування, програмування, проектування
- г) життєвий цикл, комунікаційний канал, цільова аудиторія

5. *Першочерговим завданням запровадження стратегічної комунікації є:*

- а) вироблення відповідного наративу, а також формування меню інтерпретацій для різних цільових аудиторій
- б) забезпечення системної та систематичної комунікаційної діяльності
- в) зміна поведінки цільової аудиторії
- г) професійне застосування методів пропаганди

6. *Стратегічні комунікації – це:*

- а) вид комунікаційної діяльності

- б) особливі принципи управління комунікаційним потоком
- в) власність одного структурного підрозділу чи однієї організації
- г) фактор, що сприяє реалізації стратегії організації та механізм досягнення стратегічних цілей
- д) правильні відповіді б) і г)

7. До принципів стратегічних комунікацій відносяться:

- а) принцип доступності
- б) принцип відкритості
- в) принцип процесного підходу
- г) принцип діалогу
- д) правильні відповіді б) і в)
- е) правильні відповіді а) і г)

8. Багатосторонній обмін думками сприяє взаєморозумінню і встановлення довірчих відносин. Це принцип:

- а) узгодженості дій
- б) діалогу
- в) кваліфікованого керівництва
- г) проактивного управління
- д) цілеспрямованості
- е) доступності

9. Узгоджені, інтегровані на всіх рівнях в єдину систему дії. Це принцип:

- а) узгодженості дій
- б) діалогу
- в) кваліфікованого керівництва
- г) проактивного управління
- д) цілеспрямованості
- е) відкритості

10. Наявність постійного зворотного зв'язку між плануванням і діями з одного боку і аналізом з оцінкою результатів цих дій - з іншого. Це принцип:

- а) оперативності
- б) безперервності
- в) масштабності
- г) кваліфікованого керівництва
- д) узгодженості дій

11. Розробка та впровадження комунікаційної стратегії – це комплекс дій з:

- а) визначення стратегічних цілей комунікації, забезпечення гармонізації комунікаційних процесів
- б) розробка комунікативних рішень для досягнення стратегічних цілей
- в) забезпечення своєчасного та ефективного інформування цільової аудиторії щодо певних тем

12. До ситуаційних факторів досягнення ключових комунікаційних цілей відносяться:

- а) час, простір, соціальна роль
- б) валідність засобу, валідність технології, надійність каналу

в) особистісні фактори комуніканта, цінності цільової аудиторії

*13. Заінтересовані сторони – це?*

а) юридичні та фізичні особи, які мають легітимний інтерес у діяльності організації, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на її діяльність

б) сукупність людей, яка, відповідно до достовірних даних, має схоже ставлення до певної проблеми, члени якої мають схожі характеристики

в) формальна група осіб, які разом працюють над одним спільним завданням

г) учасники процесу, які мають певні інтереси та певне ставлення один до одного

*14. З аудиторією, яка обізнана, інформована та зацікавлена, доцільно взаємодіяти за наступним форматом комунікаційної стратегії:*

а) зменшувати перешкоди для прийняття нової поведінки

б) пропонувати вирішення проблеми

в) надати інформацію щодо того, коли, де і як можна змінити ставлення і поведінку

г) переконати, що вони здатні дотримуватися нової поведінки

*15. За оцінкою ставлення до конкретної проблематики цільові аудиторії розподіляються на наступні:*

а) первинна, вторинна, третинна

б) групи інтересів, групи знань, групи впровадження, групи підтримки, групи комунікаторів

в) пріоритетні, заінтересовані, мотивовані, переконані, обізнані

*16. За роллю в процесі комунікації цільові аудиторії розподіляються на наступні:*

а) первинна, вторинна, третинна

б) групи інтересів, групи знань, групи впровадження, групи підтримки, групи комунікаторів

в) пріоритетні, заінтересовані, мотивовані, переконані, обізнані

*17. Модель зміни поведінки Б.Дж.Фогга передбачає, що для зміни поведінки необхідно одночасне застосування трьох елементів:*

а) мотивації, спроможності, тригера

б) час, гроші, фізичні зусилля

в) розумові зусилля, соціальна девіація, рутина

г) засвоєне повідомлення, об'єктивація інтересу, ідентифікація потреби

*18. Ефективне повідомлення заповнює простір між тим, що:*

а) хоче цільова аудиторія і може цільова аудиторія

б) очікує цільова аудиторія і отримує цільова аудиторія

в) знає цільова аудиторія і повинна знати цільова аудиторія

*19. Цільові аудиторії краще реагуватимуть на повідомлення, якщо будуть забезпечені наступні критерії:*

а) узгодженість, простота та ясність, персоналізація, правдивість та реалістичність

- б) конкретність, вимірюваність, досяжність, відповідність, визначеність за часом
- в) оперативність, масштабність, конкретність, легкість сприйняття

20. *Лідери думок – це:*

- а) люди, які користуються певним авторитетом у суспільстві або у певної аудиторії
- б) член групи, всі учасники якої визнають його керівництво, покладаються на нього у прийнятті серйозних рішень і вирішенні важливих проблем
- в) юридичні та фізичні особи, які мають легітимний інтерес у діяльності організації, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на її діяльність

21. *Комунікаційна кампанія – це:*

- а) система заходів, які об'єднані спільною стратегічною комунікаційною метою та які впроваджуються в певний означений час
- б) безперервний процес інформаційної взаємодії з власними цільовими аудиторіями
- в) певна кількість інформаційних продуктів, виготовлених і розміщених у відповідних комунікаційних каналах

22. *Рішення щодо проведення тієї чи іншої кампанії слід приймати, беручи до уваги наступні фактори:*

- а) наявність ресурсів та фактор часу, вибір правильно моменту для початку кампанії, глибоке вивчення потреб представників цільової аудиторії в інформації
- б) стан інформування населення, попередні інформаційно-роз'яснювальні заходи, досвід інших організації в цьому напрямі
- в) часові межі кампанії, комунікаційні методи та канали, тестування інформаційних матеріалів, графік підготовки до кампанії

23. *Комунікаційна кампанія є циклічним процесом, який складається з наступних фаз:*

- а) ініціація, планування, розроблення, проектування, реалізація, завершення, оцінювання ефективності
- б) дослідження й аналіз, визначення цілей кампанії, розробка програми, дія і комунікація, зворотний зв'язок, оцінка програми, дослідження й аналіз
- в) стратегічне планування, тактичне програмування, оперативне проектування

24. *Основними принципами співпраці з іншими організаціями при розробленні комунікаційної стратегії є:*

- а) інтеграція, синхронізація, наратив
- б) спільне планування, розподіл роботи відповідно до можливостей, делегування повноважень, спільна координація
- в) стратегічне планування, дотримання політики «одного голосу», співфінансування



25. *Фреймінг - це:*

- а) вироблення відповідного наративу, а також формування меню інтерпретацій для різних цільових аудиторій
- б) забезпечення системної та систематичної комунікаційної діяльності
- в) організація комунікації в такий спосіб, щоби цільова аудиторія отримувала повідомлення у певному бажаному контексті
- г) професійне застосування методів пропаганди

26. *Запровадження стратегічних комунікацій в організації – це:*

- а) реалізація комунікаційної стратегії
- б) особливі принципи управління комунікаційним потоком
- в) організація і планування системної і систематичної комунікативної діяльності

27. *Для того, щоб забезпечити запровадження стратегічних комунікацій в організації необхідно прийняти наступні управлінські рішення:*

- а) визначити цілі, ідентифікувати цільові аудиторії, визначити їх реакцію на меседжі, узгодити пріоритетні канали та методи комунікацій
- б) спільне планування, розподіл роботи відповідно до можливостей, делегування повноважень, спільна координація
- в) дослідження й аналіз, визначення цілей кампанії, розробка програми, дія і комунікація, зворотний зв'язок, оцінка програми, дослідження й аналіз

28. *Тригери – це:*

- а) вироблення відповідного наративу, а також формування меню інтерпретацій для різних цільових аудиторій
- б) нагадування, заклики до дій, які залучають особу до певної поведінки
- в) організація комунікації в такий спосіб, щоби цільова аудиторія отримувала повідомлення у певному бажаному контексті
- г) інформаційні матеріали, виступи відомих людей

29. *Повідомлення в процесі комунікації – це:*

- а) значима ідея, що має закріпитися в свідомості представників цільової аудиторії
- б) невелике за розміром твердження, засноване на достовірній інформації
- в) будь-яка інформація, що розповсюджується, наприклад, державним органом

30. *Повідомлення (меседж) в процесі комунікації виконує своє завдання за умов:*

- а) заповнення простору між тим, що знає цільова аудиторія та повинна знати цільова аудиторія
- б) якщо цього бажатиме отримувач повідомлення
- в) якщо форма повідомлення сприймається представниками цільової аудиторії на емоційному рівні

31. *Оберіть правильне твердження:*

- а) стратегічні комунікації працюють з майбутнім часовим циклом, в той час як тактичні – з сучасним
- б) стратегічні комунікації направлені на широкі цільові аудиторії
- в) стратегічні комунікації направлені на забезпечення своєчасного та ефективного інформування цільової аудиторії щодо певних тем

32. Заповніть пропуски у таблиці:

Таблиця - Форми взаємодії (комунікації) між різними суб'єктами:

	Громадяни (C)	Уряд (G)	Бізнес (B)	Сектор некомерційних організацій (N)
Держслужбовці (E)		E2G	E2B	E2N
	C2C	C2G	C2B	
Уряд (G)	G2C		G2B	G2N
	B2C	B2G		B2N
	N2C		N2B	
Наука (S)		S2G	S2B	S2N

33. Заповніть пропуски у таблиці:

Таблиця 2.4 – Первинні цільові аудиторії та комунікаційні стратегії

	Первинні цільові аудиторії у процесі стратегічних комунікацій	Комунікаційні стратегії
1.	<i>Необізнані</i>	
2.	<i>Обізнані, інформовані, заінтересовані</i>	Визначити якими є перешкоди та переваги зміни ставлення та поведінки. Надати інформацію щодо того, коли, де і як можна змінити ставлення і поведінку. Використати найближче оточення

		для мотивації та консультування. Переконати у правильності їх позитивної оцінки. Переконати у неправильності їх негативної оцінки.
3.		Надати інформацію щодо конкретних дій та кроків. Надати інформацію, яка підтвердить їх рішення. Навести приклади, статистику, конкретні дані щодо правильності прийнятого рішення.
4.	<i>Випробували нову поведінку</i>	Заохочувати продовжувати. Зменшувати перешкоди для прийняття нової поведінки. Соціальна підтримка.
5.	<i>Дотримуються нової поведінки</i>	

34. Під час вибору комунікаційного каналу для кожної цільової аудиторії необхідно визначитись з наступними питаннями:

- а) наскільки вибраний канал впливає на цільову аудиторію, якому каналу представники цільової аудиторії довіряють найбільше, як представники цільової аудиторії звикли отримувати інформацію, вплив обраного каналу на поведінку
- б) привернути увагу, інформувати, підвищити обізнаність, викликати інтерес, пропонувати вирішення проблеми
- в) надати інформацію щодо того, коли, де і як можна змінити ставлення і поведінку

35. Розподіл людей на групи за ступенем сприйняття нових ідей і товарів (за Е. Роджерсом) дасть змогу визначити приблизну кількість людей у кожній групі, що сприятиме правильності вибору комунікаційних каналів та інформаційних повідомлень:

- а) первинна, вторинна, третинна
- б) групи інтересів, групи знань, групи впровадження, групи підтримки, групи комунікаторів
- в) пріоритетні, зацікавлені, мотивовані, переконані, обізнані
- г) новатори, ранні приймаючі, рання більшість, пізня більшість, пізні приймаючі

36. Заповніть таблицю для однієї цільової аудиторії (на вільний вибір) :

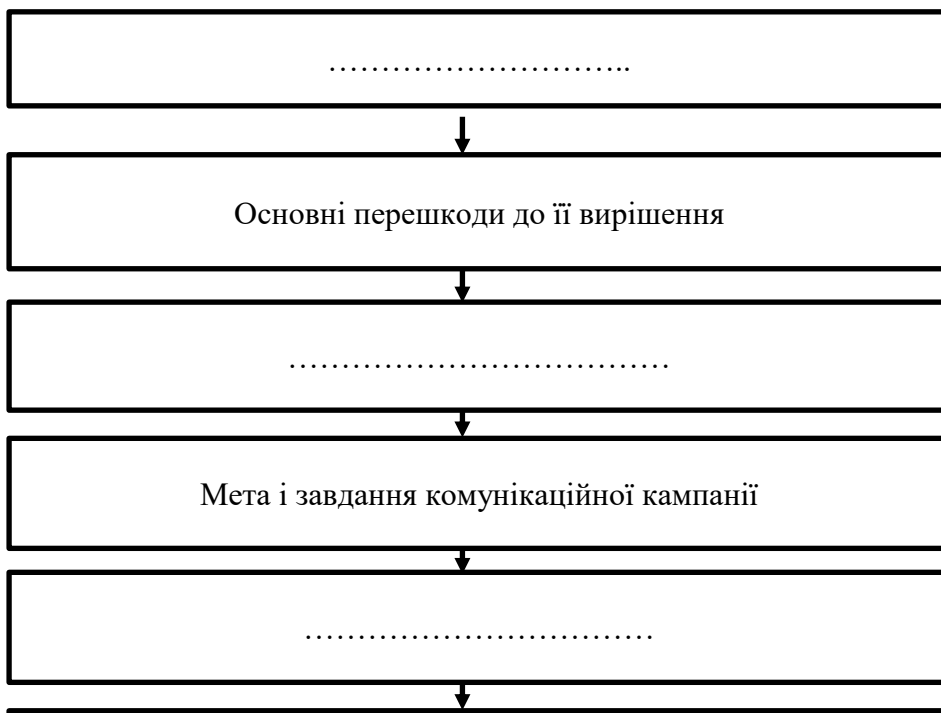
Таблиця – Комунікаційні канали для кожної цільової аудиторії

Цільова аудиторія	Ключове повідомлення	Комунікаційний канал	Форма повідомлення. Інформаційний продукт
-------------------	----------------------	----------------------	---


37. В процесі комунікаційної кампанії цільова аудиторія повинна пройти наступні стадії:

- а) мотивації, спроможності, фізичних зусиль
- б) зацікавленості, стурбованості, мотивації до дії, винагороди за впроваджену дію
- в) розумові зусилля, соціальна девіація, рутина
- г) засвоєне повідомлення, об'єктивація інтересу, ідентифікація потреби

38. Заповніть пропуски на схемі комунікаційної кампанії:



39. В результаті аналізу цільових аудиторій маємо отримати детальну характеристику кожної цільової аудиторії за параметрами..... Заповніть пропуски у таблиці

Таблиця – Характеристика цільових аудиторій

ЦА	.....	Потенційні очікування	.....	.....	Цінності

40. .... – це група осіб (окрема особа), на яку націлено інформаційно-психологічний вплив, тобто це найбільш перспективна група реципієнтів, виокремлена на підставі соціологічних процедур, стереотипів поведінки та сприйняття інформації:

- а) стейкхолдери
- б) лідери думок
- в) цільова аудиторія
- г) заінтересовані сторони