

**Київський університет імені Бориса Грінченка**

**Інститут журналістики**

*Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю*

**ПРОГРАМА ЕКЗАМЕНУ**

**з дисципліни «Корпоративна комунікація»**

**Курс V (2 семестр)**

**Спеціальність:** 061 Журналістика

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

**Структура дисципліни, відповідно до навчального плану:**

- «Корпоративна комунікація» (4 кредити)

**Форма проведення:** тестування 40

**Тривалість проведення:** 2 академічні години

**Максимальна кількість балів – 40 балів, а саме:** одна правильна відповідь зараховується як один бал.

**Критерії оцінювання:** під час іспиту студент має виконати 40 закритих тестових завдань (обрати один або кілька із запропонованих варіантів) протягом відведеного часу. Одна правильна відповідь зараховується як один бал.

**Орієнтовний перелік тем для підготовки до тестових завдань:**

1. Поняття «корпоративна комунікація».
2. Визначення поняття «комунікація».
3. Типи корпоративних комунікацій.
4. Основна мета і завдання внутрішніх комунікацій (внутрішнього PR).
5. Основні інструменти внутрішніх комунікацій (внутрішнього PR).
6. Основна мета і завдання зовнішніх комунікацій.
7. Основні інструменти зовнішніх комунікацій.
8. Прес-реліз як один із основних документів системи зовнішніх комунікацій.
9. Цільові аудиторії внутрішніх комунікацій.
10. Цільові аудиторії зовнішніх комунікацій.
11. Типи корпоративних медіа (внутрішні та зовнішні).
12. GR як напрям корпоративних комунікацій.
13. Рекрутинг як напрям корпоративних комунікацій.

14. HR як напрям корпоративних комунікацій.
15. Івенти в корпоративній комунікації.
16. Комунікаційний супровід корпоративних змін.
17. Роль корпоративної комунікації.
18. Цифрова корпоративна комунікація – основні канали комунікації.
19. Етапи побудови системи корпоративної комунікації.
20. Корпоративна антикризова стратегія комунікації.
21. Правила корпоративної комунікації під час криз.
22. Особливості внутрішньої корпоративної комунікації під час кризи.
23. Особливості зовнішньої корпоративної комунікації під час кризи.
24. Поняття корпоративної культури.
25. Типи корпоративної культури.
26. Роль корпоративної комунікації в антикризовому управлінні.
27. Документальний супровід корпоративної комунікації.
28. Визначення каналів корпоративної комунікації відповідно до цільової аудиторії.
29. Контролінг в корпоративній комунікації.
30. Основні групи впливу в системі корпоративних комунікацій.
31. Побудова комунікації між керівництвом та колективом.
32. Роль неформальної горизонтальної комунікації всередині організації.
33. Наслідки дефіциту комунікації.

Екзаменатор:

викладач Баранова Є.О

Завідувач кафедри:

професор Новохатько Л.М.