ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
Силабус навчальної дисципліни

МЕНЕДЖМЕНТ-МАРКЕТИНГ У БІЗНЕСІ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Викладач: к.ф.-м. наук, доц. Головань Ольга Олексіївна
Кафедра: бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД, 6-й корпус ЗНУ, ауд. 108
E-mail: oaholov@gmail.com
Телефон: (061) 289-41-39 (кафедра), (061) 289-41-10 (деканат)

Освітня програма, рівень вищої освіти		Бізнес-адміністрування, **магістр**				
Статус дисципліни		*Цикл дисциплін професійної підготовки освітньої програми*				
Кредити ECTS	4	**Навч. рік**	2023-2024 2 семестр	**Рік навчання - 1**	**Тижні**	10
Кількість годин	120	**Кількість змістових модулів**[1]		**6**	**Лекційні заняття – 20 год. Практичні заняття – 10 год. Самостійна робота – 90 год.**	
Вид контролю	*екзамен*					
Посилання на курс в Moodle		https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=5133				
Консультації:		за домовленістю чи ел. поштою				

ОПИС КУРСУ

Метою вивчення навчальної дисципліни «Менеджмент-маркетинг у бізнесі та підприємництві» є набуття здобувачами вищої освіти вмінь використовувати в управлінській діяльності інструментарій діагностики зовнішнього середовища організації та її ринків збуту, здійснювати оцінку конкурентоспроможності організації та її продукції; застосовувати інструменти комплексу маркетингу для підвищення конкурентоспроможності організації.

Вивчення курсу передбачає поєднання різних форматів та методів навчання: інтерактивний формат навчання, основою якого є проведення обговорень, дискусій щодо проблемних ситуацій, які мають місце в міжнародному бізнесі; виконання практичних завдань, розв'язання ситуаційних вправ індивідуально та в групах.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- фактори зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства;
- методи збору інформації про зовнішнє середовище підприємства;
- особливості сегментації ринків;
- стратегії позиціювання продукції;
- складові комплексу маркетингу;

вміти:

- оцінювати можливості та загрози для організації у зовнішньому середовищі;
- проводити дослідження ринків;
- здійснювати вибір цільових сегментів;
- здійснювати позиціювання продукції підприємства, враховуючи специфіку товарного ринку;
- приймати управлінські рішення стосовно товарного асортименту підприємства, цінової політики, формування каналів збуту та комунікаційної політики.

[1] **1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.**

У разі успішного завершення курсу студент зможе:
1) здійснювати дослідження зовнішнього середовища та клієнтів;
2) оцінювати конкурентні позиції підприємства на ринку;
3) визначати цільових покупців;
4) розробляти складові комплексу маркетингу;
5) розробляти конкурентні стратегії підприємства.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

1. Бікулов Д.Т., Головань О.О., Маркова С.В., Олійник О.М., Чкан А.С. Клієнтоорієнтований менеджмент: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійних програм «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Менеджмент організацій і адміністрування». Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 90 с.
2. Головань О. О. Дослідження уподобань та якості обслуговування споживачів. В кн.: Сучасні вектори розвитку менеджменту міжнародного бізнесу : колективна монографія / за загальною редакцією Д.Т. Бікулова, О.М. Олійника. Запоріжжя, ЗНУ. 2023. 467 с. / За загальною редакцією Бікулов Д. Т., Олійник О. М. ЗНУ: ЗНУ. 2023 С. 7-41.

+ до кожного заняття рекомендуються додаткові джерела (див. Moodle).

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи (max 60 балів):

Поточний контроль передбачає такі ***теоретичні*** завдання:

– усне опитування і обговорення питань курсу (статті, презентації, тези, нормативні документи, аналітичні довідки та звіти підприємств тощо);

– тести за пройденим матеріалом в системі Moodle ЗНУ.

Поточний контроль передбачає виконання індивідуальних ***практичних*** завдань (методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення робіт містяться в системі Moodle ЗНУ):

– аналіз міжнародного середовища компанії;
– розробка стратегії компанії на зовнішніх ринках на основі портфельного аналізу;
– здійснення сегментації споживачів та визначення цільової аудиторії;
– визначення конкурентоспроможності товару на зовнішніх ринках;
– визначення ціни на імпортну продукцію;
– обґрунтування вибору заходів комунікації на зовнішніх ринках.

Види контролю і система накопичення балів за виконання поточних контрольних заходів

Вид контрольного заходу. Термін виконання заходу	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
Виконання індивідуальних практичних завдань. Всі завдання повинні бути подані на перевірку в електронному вигляді в системі Moodle не пізніше, ніж за 2 тижні до закінчення вивчення курсу.	3	8	24
Виконання творчих завдань.	3	8	24
Самостійне проходження тестів у системі Moodle за матеріалом Змістових розділів. Кожний окремий тест необхідно проходити в перший тиждень після закінчення вивчення відповідної теми.	6	2	12
Усього	12		60

Критерії оцінювання поточних контрольних заходів:

1) Підготовка індивідуальних практичних завдань. Передбачено виконання 3 завдання, кожне з яких оцінюється по 8 балів:

– 8 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, зроблено власні висновки;

– 7 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, власні висновки відсутні;

– 6 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки мають незначні неточності, власні висновки відсутні;

– 5 балів – відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак з незначними недоліками, розрахунки мають неточності, власні висновки відсутні;

– 4 балів – відповідь повна, однак виклад матеріалу нелогічний, розрахунки невірні, відсутні власні висновки;

– 3 балів – відповіді не в повній мірі (більше 50 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;

– 2 бали – відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;

– 1 бали – відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;

– 0 балів – відповідь відсутня або невірна.

2) Тестовий контроль знань передбачає виконання 6 тестових завдань, кожне завдання містить 5 питань, кожне з яких оцінюється максимально в 0,4 балів:

– 0,4 бали за правильну відповідь;

– 0 балів – неправильна відповідь.

3) Виконання 3 творчих практичних завдань:

– 8 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, зроблено власні висновки;

– 7 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки вірні, власні висновки відсутні;

– 6 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, розрахунки мають незначні неточності, власні висновки відсутні;

– 5 балів – відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак з незначними недоліками, розрахунки мають неточності, власні висновки відсутні;

– 4 балів – відповідь повна, однак виклад матеріалу нелогічний, розрахунки невірні, відсутні власні висновки;

– 3 балів – відповіді не в повній мірі (більше 50 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;

– 2 бали – відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;

– 1 бали – відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення, розрахунки неточні, відсутні власні висновки;

– 0 балів – відповідь відсутня або невірна.

Підсумкові контрольні заходи (max 40 балів):

Види завдань та система накопичення балів

Вид контрольного заходу	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
Контрольне тестування за вивченим матеріалом в системі Moodle	1	16	16

Відповідь на два теоретичних питання з курсу	2	7	14
Розв’язання ситуаційного завдання	1	10	10
Усього	3		40

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

1) Тестовий контроль знань передбачає виконання залікового тесту в системі Moodle. Загальна кількість завдань в заліковому тесті 16, кожне питання оцінюється в 1 бал:

– 1 бал – правильна відповідь;

– 0 балів – неправильна відповідь.

2) Відповідь на теоретичне питання – максимальна оцінка 7 балів:

– 7 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, зроблено власні висновки;

– 6 балів – відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак відсутні приклади та власні висновки;

– 5 балів – відповідь неповна (до 80 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками;

– 4 бали – відповідь неповна (до 60 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками;

– 3 бали – відповідь неповна (до 50 % необхідного обсягу), матеріал викладено з незначними недоліками, відсутні приклади та власні висновки

– 2 бали – відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 1 бал – відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 0 балів – відповідь відсутня або невірна.

3) Розв'язання ситуаційного завдання – максимальна оцінка 10 балів.

– 10 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, зроблено власні висновки;

– 9 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, власні висновки відсутні;

– 8 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, відсутні приклади та власні висновки;

– 7 балів – відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак з незначними недоліками, відсутні приклади та власні висновки;

– 6 балів – відповідь повна, ґрунтовна, однак виклад матеріалу нелогічний, відсутні приклади та власні висновки;

– 5 балів – відповіді не в повній мірі (більше 50 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 4 бали – відповіді не в повній мірі (до 40 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 3 бали – відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 2 бали – відповіді не в повній мірі (до 20 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 1 бал – відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 0 балів – відповідь відсутня або невірна.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторним курсом)		

Контрольний захід		**Термін виконання**	**% від загальної оцінки**
Поточний контроль (max 60%)			
Змістовий модуль 1	Вид теоретичного завдання: Тест 1	тиждень 2	2%
	Вид практичного завдання: аналіз зовнішнього середовища компанії	тиждень 2	8%
Змістовий модуль 2	Вид теоретичного завдання: Тест 2	тиждень 4	2%
	Вид творчого завдання: розробка листа опитування споживачів обраного товару	тиждень 4	8%
Змістовий модуль 3	Вид теоретичного завдання: Тест 3	тиждень 6	2%
	Вид практичного завдання: здійснення сегментації споживачів та визначення цільової аудиторії	тиждень 6	8%
Змістовий модуль 4	Вид теоретичного завдання: Тест 4	тиждень 8	2%
	Вид творчого завдання: розробка стратегії компанії на основі портфельного аналізу	тиждень 8	8%
Змістовий модуль 5	Вид теоретичного завдання: Тест 5	тиждень 9	2%
	Вид практичного завдання: визначення конкурентоспроможності товару на ринку за критеріями «ціна-якість»	тиждень 9	8%
Змістовий модуль 6	Вид теоретичного завдання: Тест 6	тиждень 10	2%
	Вид творчого завдання: обґрунтування вибору заходів комунікації при просування продукції на ринку	тиждень 10	8%
Підсумковий контроль (max 40%)			
Контрольне тестування за вивченим матеріалом в системі Moodle			16%

Відповідь на два теоретичних питання з курсу в усній формі			14%
Розв'язання ситуаційного завдання			10%
Разом			**100%**

РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема змістового модулю	Контрольний захід	Кількість балів
Змістовий модуль 1			
Тиждень 1,2 Практичне заняття 1	Зовнішнє середовище організації. Конкурентні стратегії	Тестування в системі Moodle. Розв'язання ситуаційних вправ - аналіз зовнішнього середовища компанії	10
Змістовий модуль 2			
Тиждень 3,4 Практичне заняття 2	Маркетингові дослідження ринку	Тестування в системі Moodle. Розв'язання ситуаційних задач щодо розробки листа опитування споживачів обраного товару	10
Змістовий модуль 3			
Тиждень 5,6 Практичне заняття 3	Сегментація та вибір цільового ринку	Тестування в системі Moodle. Розв'язання ситуаційних задач щодо здійснення сегментації споживачів та визначення цільової аудиторії	10
Змістовий модуль 4			
Тиждень 7,8 Практичне заняття 4	Товарна політика підприємства	Тестування в системі Moodle. Розв'язання ситуаційних вправ щодо визначення конкурентоспроможності товару на зовнішніх ринках	10
Змістовий модуль 5			
Тиждень 9 Практичне заняття 5	Цінова та збутова політика підприємства	Тестування в системі Moodle. Розв'язання ситуаційних вправ щодо розробки стратегії компанії на основі портфельного аналізу	10
Змістовий модуль 6			
Тиждень 10	Маркетингові комунікації підприємства	Тестування в системі Moodle. Розв'язання ситуаційних вправ щодо обґрунтування вибору заходів комунікації при просування продукції на ринку	10
Екзамен	Підсумковий контроль (теоретичний і практичний)	Тестування системі Moodle. Відповідь на два теоретичних питання. Розв'язання ситуаційного завдання	40
			100

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

Книги:

1. Бікулов Д.Т., Головань О.О., Маркова С.В., Олійник О.М., Чкан А.С. Клієнтоорієнтований менеджмент: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійних програм «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Менеджмент організацій і адміністрування». Запоріжжя : ЗНУ, 2019. 90 с.

2. Головань О. О. Дослідження уподобань та якості обслуговування споживачів. В кн.: Сучасні вектори розвитку менеджменту міжнародного бізнесу : колективна монографія / за

загальною редакцією Д.Т. Бікулова, О.М. Олійника. Запоріжжя, ЗНУ. 2023. 467 с. / За загальною редакцією Бікулов Д. Т., Олійник О. М. ЗНУ: ЗНУ. 2023 С. 7-41.

3. Маркова С. В., Головань О. О., Сухарева К. В., Шупчинська К. С., Чкан А. С., Коваленко Н. М., Маказан Є. В. Менеджмент міжнародного бізнесу : науково-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 073 «Менеджмент» / За загальною редакцією Олійник О. М., Бікулов Д. Т. Запоріжжя: ЗНУ, 2019. 379 с.

4. Пелішенко В. П. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ. : Центр навчальної літератури, 2003. 200 с.

5. Борисенко О. С., Шевченко А. В., Фісун Ю. В., Крапко О. М. Маркетинговий менеджмент: навч. Посібник. Київ: НАУ, 2022. 204 с.

Додаткова:

1. W. Wirtz Bernd, Daiser P. Business Model Development: A Customer-Oriented Perspective. *Journal of Business Models* (2018), Vol. 6, No. 3, pp. 24-44.

2. Ruud T. Frambach, Peer C. Fiss, Paul T.M. Ingenbleek. How important is customer orientation for firm performance? A fuzzy set analysis of orientations, strategies, and environments. *Journal of Business Research* 69 (2016) 1428–1436.

3. Головань О. О., Маркова С. В. Маркетинг : метод. реком. до практ. занять для студ. освітньо-кваліф. рівня "магістр" спец. "Бізнес-адміністрування". Запоріжжя : ЗНУ, 2013. URL: http: // ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2013/05/0030417.pdf (дата звернення 18.08.2023).

4. Ілляшенко С.М. Менеджмент та маркетинг інновацій : монографія. Суми : ВТД "Університетська книга", 2004. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi20/0013521.pdf. (дата звернення 17.08.2021).

5. Божкова В.В., Мельник Ю.М., Сагер Л.Ю. Стратегічний маркетинг : конспект лекцій. Ч. 1. Суми : Вид-во СумДУ, 2010. URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi20/0013666.doc (дата звернення 17.08.2023)

6. Фірсова С. Г. Маркетинг нововведень : дослідження, сегментування, прогнозування : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., які навч. за напрям. підгот. "Менеджмент" та "Економіка та підприємництво" рек. МОНУ. Київ : Атіка, 2010. 240 с.

7. Чучка І. М., Студеняк І. П. Інтерактивний маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ. Київ : Кондор, 2009. 122 с.

8. Голубовський Р. Клієнтоорієнтованість та як нею скористатись клієнту http://blog.golubovsky.com/ client-orientation-for-client (дата звернення 20.08.2023).

9. Гевко В. Л. Система інформаційного забезпечення взаємовідносин з клієнтами. 2015. ТНТУ. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/1278 /1/11gvlzvk.pdf (дата звернення 20.08.2023).

10. Кареєва Ю. Клієнтоорієнтований підхід у розвитку організації. URL : http://kareeva-konstruktiv.ru. (дата звернення 20.08.2021).

11. Рябоконь Н. П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. Ефективна економіка. 2015. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_50 (дата звернення 20.08.2023).

12. Алькема В. Г., Арцюх Ю. В. Інноваційна стратегія клієнтоорієнтованого логістичного сервісу. Вчені записки Університету «Крок». 2014. Вип. 35. С. 35–40.

13. Резнік В. С. Соціально-психологічне моделювання поведінки покупців у процесі маркетингової діяльності : Монографія. Кам'янець-Подільський : Абетка-НОВА, 2001. 220 с.

Інформаційні ресурси:

1. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення 13.08.2023).

2. Бізнес: журнал. URL: http://www.business.ua (дата звернення 13.08.2023).

3. Сайт Pro-Consulting. URL: https://pro-consulting.ua/ (дата звернення 13.08.2023).
4. Журнал Forbes Ukraine. URL: https://forbes.ua/ (дата звернення 13.08.2023)
5. Сайт Запорізької торгово-промислової палати. URL: https://www.cci.zp.ua/ (дата звернення: 20.08.2023).
6. Кабінет міністрів України. URL: http://www.min.gov.ua (дата звернення: 27.07.2023).
7. Запорізька обласна державна адміністрація. URL: http://www.zoda.gov.ua (дата звернення: 20.08.2023).
8. Сайт інформаційного агентства УНІАН. URL: https://www.unian.net/economics (дата звернення 13.08.2023).
9. Сайт щотижневика «Бізнес». URL: https://www.business.ua/ (дата звернення 10.08.2023).
10. Сайт української асоціації маркетингу. URL: http://uam.in.ua/ (дата звернення 12.08.2023).

РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ[2]

Відвідування занять. Регуляція пропусків.
Відвідування занять обов'язкове, оскільки курс зорієнтовано на вивчення базового курсу спеціальності. Очікується, що у викладача та студентів в аудиторії постійно буде відбуватися комунікація. Будь ласка, беріть участь у обговоренні, навіть якщо соромитеся чи не впевнені у своїх знаннях!
Завдання мають бути виконанні перед заняттями. Пропуски можливі лише з поважної причини. Відпрацювання пропущених занять має бути регулярним за домовленістю з викладачем у години консультацій. Накопичення відпрацювань неприпустиме! За умови систематичних пропусків може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (див. посилання на Положення у додатку до силабусу).

Політика академічної доброчесності
Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це *плагіат*. Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтеся з викладачем. До студентів, у роботах яких буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. посилання на Кодекс академічної доброчесності ЗНУ в додатку до силабусу).

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті
Будь ласка, вимкніть на беззвучний режим свої мобільні телефони та не користуйтеся ними під час занять. Мобільні телефони відволікають викладача та ваших колег. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем).

Комунікація
Очікується, що студенти перевірятимуть свою електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle та реагуватимуть своєчасно. Всі робочі оголошення можуть надсилатися через старосту, на електронну на пошту та розміщуватимуться в Moodle. Будь ласка, перевіряйте повідомлення вчасно. *Ел. пошта має бути підписана справжнім ім'ям і прізвищем*. Адреси типу user123@gmail.com не приймаються!

[2] *Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!*

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ
Силабус навчальної дисципліни

ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024 рр.

ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р. *(посилання на сторінку сайту ЗНУ)*

АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ. Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених ***Кодексом академічної доброчесності ЗНУ*****:** https://tinyurl.com/ya6yk4ad. *Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти* (додається в обов'язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): https://tinyurl.com/y6wzzlu3.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до *Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ*: https://tinyurl.com/y9tve4lk**.**

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається *Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ*: https://tinyurl.com/y9pkmmp5. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються *Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ*: https://tinyurl.com/ycds57la.

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА. Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється *Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті*: https://tinyurl.com/y8gbt4xs.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються *Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ*: https://tinyurl.com/ycyfws9v. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: *Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ*: https://tinyurl.com/yd6bq6p9; *Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ*: https://tinyurl.com/y9r5dpwh.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ. Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: https://tinyurl.com/ydhcsagx.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. Наукова бібліотека: http://library.znu.edu.ua. Графік роботи абонементів: понеділок – п`ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): https://moodle.znu.edu.ua
Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:
· для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна
· для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович
У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.
Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015.