

## ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙ В МЕНЕДЖМЕНТІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

**Викладач:** к.ф.-м. наук, доц. Головань Ольга Олексіївна

**Кафедра:** бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД, 6-й корпус ЗНУ, ауд. 108

**Email:** oaholov@gmail.com

**Телефон:** (061) 289-41-39 (кафедра), (061) 289-41-10 (деканат)

Освітня програма, рівень вищої освіти		Менеджмент міжнародного бізнесу, бакалавр				
Статус дисципліни		Цикл дисциплін професійної підготовки				
Кредити ECTS	5	Навч. рік	2021-2022 2 семестр	Рік навчання - 4	Тижні	16
Кількість годин	150	Кількість змістових модулів <sup>1</sup>		8	Лекційні заняття – 48 год. Практичні заняття – 32 год. Самостійна робота – 70 год.	
Вид контролю	Екзамен					
Посилання на курс в Moodle			<a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4599">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=4599</a>			
Консультації:			за домовленістю чи ел. поштою			

### ОПИС КУРСУ

Фахівці з міжнародного бізнесу мають володіти як теорією, так і практикою налагодження комунікацій зі споживачами та просування продукції на міжнародних ринках. **Мета курсу** – формування у студентів вміння використовувати у підприємницькій діяльності складові міжнародних маркетингових комунікацій, набуття навичок розробки, планування та проведення заходів ефективного просування продукції на зовнішні ринки.

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:**

- основні елементи системи маркетингових комунікацій в зовнішньоекономічній діяльності підприємства;
- принципи та особливості розробки рекламних звернень;
- основи мідіапланування;
- методи оцінки психологічної та економічної ефективності рекламних заходів;
- вимоги до оформлення PR- документів підприємства;
- основні заходи просування продукції на зовнішні ринки;
- підходи до створення ефективних брендів на зовнішніх ринках;

**вміти:**

- використовувати заходи маркетингових комунікацій при просуванні продукції підприємств на зовнішні ринки;
- оцінювати психологічну та економічну ефективність рекламних заходів;

<sup>1</sup> 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.

- створювати макети рекламних звернень;
- складати PR- документи підприємства;
- визначати основні показники медіапланування;
- оцінювати ефективність виставкових заходів.

У разі успішного завершення курсу студент **зможе**:

- 1) планувати і розробляти заходи комунікацій в зовнішньоекономічній діяльності підприємства;
- 2) організовувати процес дослідження потреб клієнтів;
- 3) обґрунтовувати вибір цільових клієнтів;
- 4) здійснювати медіапланування;
- 5) оцінювати ефективність заходів просування продукції на зовнішні ринки.

## ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

1. Менеджмент комунікацій в зовнішньоекономічній діяльності : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» / О.О. Головань, С.В. Маркова, О.М. Олійник, А.С. Чкан. – Запоріжжя : ЗНУ, 2017. – 133 с.

+ 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):

- визначення цільової аудиторії рекламного звернення;
- складання рекламних звернень;
- оцінка ефективності рекламних звернень;
- визначення ефективності участі у виставках;
- обґрунтування вибору заходів просування товарів на зовнішні ринки.

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.	16	1	16
Усне опитування за теоретичним матеріалом курсу протягом вивчення дисципліни.	6	2	12
Виконання вправ та розв'язання ситуативних практичних завдань.	6	2	12
Самостійне проходження тестів у системі Moodle за матеріалом Змістових розділів. Кожний окремий тест необхідно проходити в перший тиждень після закінчення вивчення відповідної теми.	2	10	20
Усього	30		60

Критерії оцінювання поточних контрольних заходів:

1) Підготовка індивідуальних практичних завдань. Передбачено виконання 16 завдань, кожне оцінюється по 1 балу:

- 1 бал – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі;
- 0,5 балів – завдання виконано не в повному обсязі, частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з недоліками;
- 0 балів – завдання не виконано, не подано на перевірку.

2) Тестовий контроль знань передбачає виконання 20 тестових завдань, кожне питання тесту оцінюється максимально в 0,5 балів:

- 0,5 бала за правильну відповідь;
- 0 балів – неправильна відповідь.

3) Опитування за теоретичним матеріалом курсу оцінюється:

- 2 бали – відповідь правильна, повна, чітка та логічна;
- 1 бал – відповідь правильна, однак недостатньо повна, з деякими недоліками та з допомогою уточнюючих питань;
- 0 балів – відповідь неправильна або відсутня.

4) Виконання вправ та розв'язання ситуативних практичних завдань:

- 2 бали – завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;
- 1 бал – завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні;
- 0 балів – завдання не виконано.

**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	15	15
Відповідь на два теоретичних питання з курсу	2	10	20
Визначення ключових теоретичних понять курсу в усній формі	2	2,5	5
Усього	5		40

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

1) Тестовий контроль знань передбачає виконання залікового тесту в системі Moodle. Загальна кількість завдань в заліковому тесті 30, кожне питання оцінюється в 0,5 бала:

- 0,5 бала – правильна відповідь;
- 0 балів – неправильна відповідь.

2) Відповідь на теоретичне питання – 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.

3) Визначення ключових теоретичних понять курсу – передбачає визначення 2 понять:

– 2,5 бали – поняття визначено в повному обсязі;

– 1 бал – поняття визначено з частковими недоліками;

– 0 балів – визначення невірне або відсутнє.

#### 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
<b>Поточний контроль (max 60%)</b>			
Змістовий модуль 1	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 1-2	2%
	Вид практичного завдання: аналіз переваг «партизанського маркетингу»	тиждень 1	1%
	Вид практичного завдання: обґрунтування ролі упаковки товару в просуванні продукції	тиждень 2	1%
	Вид практичного завдання: побудова моделі маркетингових комунікацій	тиждень 2	1%
Змістовий модуль 2	Вид практичного завдання: опитування та ситуаційна задача	тиждень 3-4	4%

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ**  
**Силабус навчальної дисципліни**



	Вид практичного завдання: визначення економічної ефективності рекламних заходів	тиждень 3	1%
	Вид практичного завдання: визначення економічної ефективності рекламного оголошення	тиждень 3	1%
	Вид практичного завдання: оцінка психологічної ефективності реклами	тиждень 4	1%
	Вид практичного завдання: використання лінгво-соціологічної методики «Словник»	тиждень 4	1%
Змістовий модуль 3	Вид теоретичного завдання: Тест 1	тиждень 5-6	10%
	Вид теоретичного завдання: опитування та ситуаційна задача	тиждень 5-6	4%
	Вид практичного завдання: розробка рекламної кампанії	тиждень 5-6	1%
Змістовий модуль 4	Вид практичного завдання: опитування	тиждень 7-8	2%
	Вид практичного завдання: визначення форм PR діяльності	тиждень 7	1%
	Вид практичного завдання: порівняльний аналіз форм PR діяльності	тиждень 8	1%
Змістовий модуль 5	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 9-10	2%
	Вид практичного завдання: ситуаційна вправа на визначення ефективних заходів стимулювання збуту	тиждень 9	2%
	Вид практичного завдання: визначення заходів стимулювання у залежності від етапу ЖЦ товару	тиждень 9	1%
	Вид практичного завдання: обґрунтування вибору заходів стимулювання збуту у залежності від цільової аудиторії	тиждень 10	1%
Змістовий модуль 6	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 11-12	2%
	Вид практичного завдання: аналіз ролі сучасних галузевих виставок у просуванні продукції	тиждень 12	2%
	Вид практичного завдання: оцінка ефективності участі у виставці	тиждень 12	1%
Змістовий модуль 7	Вид практичного завдання: ситуаційна задача	тиждень 13-14	2%
	Вид практичного завдання: оцінка ефективності технологій мерчандайзингу у точках продажу	тиждень 14	1%
Змістовий модуль 8	Вид теоретичного завдання: Тест 2	тиждень 16	10%
	Вид практичного завдання: аналіз якості обслуговування в електронних інтернет-магазинах	тиждень 15	2%
	Вид практичного завдання: ситуаційна задача оцінки ефективності програм лояльності	тиждень 16	2%
<b>Підсумковий контроль (max 40%)</b>			
Контрольне тестування за вивченим матеріалом в системі Moodle			15%
Відповідь на два теоретичних питання з курсу в усній формі			20%
Визначення ключових теоретичних понять курсу в усній формі			5%
Разом			<b>100%</b>



## 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 1,2	Система маркетингових комунікацій в ЗЕД	Опитування за темами лекцій. Розв'язання ситуаційних вправ	5
Змістовий модуль 2			
Тиждень 3,4 Практичні заняття 3,4	Реклама як складова комплексу маркетингових комунікацій в ЗЕД	Обговорення лекційного матеріалу. Розв'язання задач.	8
Змістовий модуль 3			
Тиждень 5,6 Практичні заняття 5,6	Медіапланування	Опитування. Тестування в системі Moodle. Обговорення лекційного матеріалу. Розв'язання ситуаційних вправ щодо розробки рекламної кампанії	15
Змістовий модуль 4			
Тиждень 7,8 Практичні заняття 7,8	Організація роботи з громадськістю	Опитування. Обговорення лекційного матеріалу.	4
Змістовий модуль 5			
Тиждень 9,10 Практичні заняття 9,10	Заходи стимулювання збуту в ЗЕД підприємства	Опитування. Обговорення лекційного матеріалу. Розв'язання ситуаційних задач щодо вибору ефективних заходів стимулювання збуту	6
Змістовий модуль 6			
Тиждень 11,12 Практичні заняття 11,12	Роль виставкової діяльності в ЗЕД підприємства	Опитування. Розв'язання ситуаційних задач щодо визначення ефективності участі у виставці	5
Змістовий модуль 7			
Тиждень 13,14 Практичні заняття 13,14	Технології мерчендайзингу	Опитування. Визначення ефективності технологій мерчендайзингу у точках продажу	3
Змістовий модуль 8			
Тиждень 15,16 Практичні заняття 15,16	Заходи прямого маркетингу в ЗЕД підприємства	Тестування в системі Moodle. Розв'язання задач на ефективності програм лояльності	14
Екзамен	Підсумковий контроль (теоретичний і практичний)	Тестування системі Moodle. Відповідь на два теоретичних питання.	40
			100

## ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

### *Книги:*

1. Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту: навч. посіб. для вузів. Київ: ЦУЛ, 2009. 200 с.
2. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навч. посіб. для вузів. Київ: Професіонал, 2009. 320 с.
3. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч.-метод. посібник для самот. вивч. дисц. Київ: КНЕУ, 2002. 272 с.
4. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті: курс лекцій. Київ: Кондор, 2003. 218 с.
5. Примак Т. О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку. Київ: МАУП, 2003. 200 с.
6. Головань О.О. Маркетингові комунікації в зовнішньоекономічній діяльності : навчально-методичний посібник для студентів спеціальності «Менеджмент ЗЕД». URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/metodychky/2011/05/0011191.pdf>. (дата звернення 17.08.2020).

### *Інформаційні ресурси:*

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 27.02.2020).
2. Головне управління статистики у Запорізькій області URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 27.02.2020).
3. Верховна Рада України URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1023-12> (дата звернення: 27.02.2020).
4. Кабінет міністрів України URL: <http://www.min.gov.ua> (дата звернення: 27.02.2020).
5. Державна фіскальна служба України URL: <http://sfs.gov.ua/> (дата звернення: 27.02.2020).
6. Торгово-промислова палата України URL: <https://uccr.org.ua/> (дата звернення: 27.02.2020).
7. Запорізька обласна державна адміністрація URL: <http://www.zoda.gov.ua> (дата звернення: 27.02.2020).



## РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ<sup>2</sup>

### **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 соромитесь 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, порадьтесь 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 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!

---

<sup>2</sup> 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!



## ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2020-2021 рр.

**ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2020-2021 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 методик 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](mailto:moodle.znu@gmail.com), Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - [alexvas54@gmail.com](mailto:alexvas54@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>.