

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету соціальної педагогіки
та психології ЗНУ

Ольга ПОНОМАРЕНКО

« 26 » серпня 2025



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД І ПОРТФОЛІО

блоку обов'язкових освітніх компонентів
підготовки другого (магістерського) рівня вищої освіти
денної та заочної форм здобуття освіти

освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»
спеціальності 022 «Дизайн»
галузі знань 02 «Культура і мистецтво»

**ВИКЛАДАЧ: Чемерис Г.Ю., доктор філософії у галузі педагогіки, доцент кафедри
дизайну, член Спілки дизайнерів України**

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри дизайну
Протокол № 1 від « 19 » серпня 2025 р.
Завідувач кафедри дизайну

Ганна ЧЕМЕРИС

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

Олександр БРЯНЦЕВ

2025 рік



Викладач: доктор філософії у галузі педагогіки, доцент кафедри дизайну, член Спілки дизайнерів України Чемерис Ганна Юріївна

Кафедра: дизайну (факультет СПП ЗНУ, Жуковського 55-а, IV корпус ЗНУ, ауд. 208, 210)

E-mail кафедри: designznu@gmail.com

E-mail викладача: Чемерис Г.Ю. Anyta.Chemeris@gmail.com

Інші засоби зв'язку з викладачем: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення), E-mail, Hangouts, Viber, Telegram.

ОПИС КУРСУ

Курс «Персональний бренд і портфоліо» пропонується студентам другого рівня вищої освіти (освітній ступінь «Магістр») освітньої програми «Графічний дизайн» спеціальності 022 «Дизайн», першого року навчання. Мета вивчення навчальної дисципліни «Персональний бренд і портфоліо» полягає у освоєнні технологій створення і просування особистого бренду керівника-лідера, формуванні у студентів наукових і професійних знань у сфері ефективного лідерства, розвиток психологічної культури майбутнього фахівця і активізація лідерського потенціалу як сукупності умінь самоуправління і самопрезентації. Вивчення цієї дисципліни дає можливість студенту оволодіти знаннями щодо формування персонального бренду; сформувати власний бренд та управляти діловим іміджем на стратегічну перспективу; визначити формулу досягнення успіху за допомогою формування персонального бренду; визначати які канали комунікації можна використовувати для трансляції персонального бренду; навчитися презентувати себе на ринку. Студенти в процесі вивчення дисципліни отримують необхідний обсяг теоретичних і практичних знань щодо створення персонального бренду, формування платформи бренду, донесення оточуючим свої цінності, компетенції, бачення, формування умінь та навичок щодо покращення професійних навичок, досягнення нових висот і розбудови мережі контактів, оволодіння інструментарієм креативного підходу до формування власного іміджу та вміння себе позиціонувати у складних реаліях сьогодення.

Курс розроблено на основі аналізу, систематизації та узагальнення великої кількості різноманітної документації з різних джерел. На зміст та структуру навчального матеріалу, мав вплив практичний та викладацький досвід, у результаті чого матеріал було систематизовано у стислій та доступній формі.

Основними завданнями викладання дисципліни «Персональний бренд і портфоліо» є:

- сформувати первинні навички створення і просування особистого бренду фахівця;
- засвоєння основних правил побудови персонального бренду;
- надати базові знання щодо сутності бренду, його структури, значень та розуміння основних комунікативних процесів по створенню та управлінню брендом;
- дати знання про концепцію особистого бренду та професійного самовизначення і зростання, специфіку побудови кар'єри та її управління;
- навчити визначати реальні цілі професійного зростання, використовувати технології побудови успішної кар'єри;
- показати сутність, форми та механізми формування брендової комунікації як інтегральної категорії, орієнтуватися у соціологічних та комунікативних вимірах бренду;
- навчити головним підходам та особливостям плануванню та моделюванню розробки ідентичності бренду;
- засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності як по створенню так і по управлінню брендом;
- застосування отриманих знань для створення власного іміджу та управління ним.



Формат курсу – очний, заочний, дистанційний: проведення інтерактивних лекцій, лабораторних занять, занять у форматі тренінгу та консультацій.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен набути таких **результатів навчання (знання, уміння тощо) та компетентностей:**

- ІК** Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі дизайну або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
- ЗК3** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).
- СК8** Здатність вести ефективну економічну діяльність у сфері дизайну.
- СК10** Вміння переконливо демонструвати споживачу привабливу культурну цінність та економічну вартість створеного креативного продукту.
- СК12** Здатність використання апаратних та програмних засобів комп'ютерних технологій в процесі концептуального та комплексного проектування об'єктів дизайну
- СК13** Здатність проектувати різноманітні об'єкти цифрового дизайну, використовуючи індивідуальні прийоми для створення авторського образу та комунікації з цільовою аудиторією із застосуванням синтезу мистецьких та технічних засобів.
- ПРН** Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати
 - 1** якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах
- ПРН** Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших
 - 3** професійних груп різного рівня.
- ПРН** Представляти результати діяльності у науковому та професійному
 - 4** середовищі в Україні та поза її межами.
- ПРН1** Формувати дизайн-маркетингову стратегію позиціонування та просування
 - 6** продуктів дизайну (товарів і послуг) на внутрішньому та глобальному ринках.
- ПРН1** Планувати професійну діяльність у сфері дизайну відповідно до потреб і
 - 8** запитів суспільства та ринку; провадити підприємницьку діяльність у сфері дизайну

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

Лекційні матеріали та презентаційний матеріал до них, плани лабораторних занять та методичні рекомендації до них, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проектів завдань розміщені на платформі Moodle: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=14946>

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):

Поточний контроль здійснюється у ході повсякденної навчальної діяльності студентів: експрес-тестування під час аудиторних занять; виконання лабораторних завдань (проекти, презентації, доповіді; робота в мікрогрупах); усні відповіді; контрольні тестування по закінченню вивчення розділів.

При наявності 35 балів поточного контролю, студент допускається до підсумкового контролю. Якщо студент із поважних причин пропустив заняття, для відпрацювання



матеріалу йому пропонується виконання пропущених завдань (теоретичних та практичних) та проводиться усне опитування щодо вивчених тем.

Підсумкові контрольні заходи (max 40 балів):

Підсумковий контроль – здійснюється після завершення вивчення курсу: залік.

Практична частина заліку (max 30 балів). Творче завдання передбачає опрацювання стратегій персонального віртуального бренду.

Теоретична частина заліку - підсумкове тестування на платформі Moodle (max 10 балів).

Критерії оцінювання

1. Максимальну кількість балів – **100** (А – за шкалою ECTS, «відмінно» за національною шкалою) може отримати студент, який регулярно працював і у повному обсязі опанував матеріал дисципліни, логічно побудував, і професійно виконав завдання, тести, при цьому студент не зробив жодної помилки, надав декілька варіантів за відповідними темами.
2. **90-99 балів** (А – за шкалою ECTS, «відмінно» за національною шкалою) отримує студент, який регулярно працював і у повному обсязі опанував матеріал дисципліни, вчасно та якісно справився з усіма завданнями, творчо підійшов до їх виконання, надав варіанти за відповідними темами, відповів на контрольні питання не зробивши помилок.
3. **82-89 балів** (В – за шкалою ECTS, «добре» за національною шкалою) отримує студент, який в цілому добре опанував матеріал дисципліни, відповідно до вимог якісно справився з усіма завданнями, і допустив незначні помилки.
4. **75-81 балів** (С – за шкалою ECTS, «добре» за національною шкалою) отримує студент, який в цілому впорався з матеріалами дисципліни і отримав певні знання та навички роботи з комп'ютерними програмами, виконав основні задачі, але виконана робота мала значні недоліки, допущені декілька суттєвих помилок в відповідях.
5. **64-74 балів** (D – за шкалою ECTS, «задовільно» за національною шкалою) заслуговує студент, який не в повному обсязі опанував матеріал практичного та теоретичного курсу, при цьому виконана робота має ряд значних недоліків (неохайність виконання, формальний підхід у відношенні творчого рішення, невчасна подача, тощо), відповів на основні контрольні запитання, при цьому допустивши суттєві помилки.
6. **60-63 балів** (E – за шкалою ECTS, «задовільно» за національною шкалою) отримує студент, який не проявив належного відношення до опанування матеріалів дисципліни, не впорався з головними вимогами завдання, виконав роботу на низькому рівні з численними недоліками, відповів на основні контрольні запитання, при цьому допустивши значну кількість помилок.
7. **35-59 балів** (FX- за шкалою ECTS, «незадовільно» за національною шкалою) отримує студент, який не впорався із завданням, мав погані показники поточного контролю, вчасно не підготував (або виконав на незадовільному рівні) роботу, не опанував основних положень дисципліни. За такої оцінки студент має змогу перездати роботу у відведений для цього час.
8. **0-34 балів** (F – за шкалою ECTS, «незадовільно» за національною шкалою) отримує студент, який за відсутності поважних причин ігнорував аудиторні і самостійні заняття, не опанував жодного розділу навчальної програми, мав незадовільні оцінки за результатами поточного контролю, не виконав завдання і не з'явився на захист проєкту.



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 (розділ 1) «Self-Branding» та просування персонального бренду	Усне опитування, термінологічний диктант, експрес-тестування	тиждень	1%
	Робота на лабораторному занятті	лабораторне 1	5%
	Завдання самостійної роботи	до завершення змістовного модулю	4%
Змістовий модуль 2 (розділ 2) Системний погляд на персональний бренд	Усне опитування, експрес-тестування, термінологічний диктант	тиждень	1%
	Робота на лабораторному занятті	лабораторне 2	5%
	Завдання самостійної роботи	до завершення змістовного модулю	4%
Змістовий модуль 3 (розділ 3) Діловий імідж	Усне опитування, термінологічний диктант, експрес-тестування	тиждень	1%
	Робота на лабораторному занятті	лабораторне 3	5%
	Завдання самостійної роботи	до завершення змістовного модулю	4%
	Контрольне тестування	останнє очне заняття змістовного модулю	1%
Змістовий модуль 4 (розділ 4) Портфоліо та персональний сайт	Усне опитування, експрес-тестування, термінологічний диктант	тиждень	5%
	Робота на лабораторному занятті	лабораторне 4	4%
	Завдання самостійної роботи	до завершення змістовного модулю	1%
Змістовий модуль 5 (розділ 5) Самопрезентація. Стратегія і тактика публічного виступу	Усне опитування, термінологічний диктант, експрес-тестування	тиждень	5%
	Робота на лабораторному занятті	лабораторне 5	4%
	Завдання самостійної роботи	до завершення змістовного модулю	1%



		модулю	
Змістовий модуль 6 (розділ 6) Професійний розвиток персонального бренду фахівця	Усне опитування, експрес-тестування, термінологічний диктант	тиждень	5%
	Робота на лабораторному занятті	лабораторне 6	4%
	Завдання самостійної роботи	до завершення змістовного модулю	1%
	Контрольне тестування	останнє очне заняття змістовного модулю	5%
Підсумковий контроль (max 40%)			40%
залік (практична частина)			40%
Разом			100%

РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Тиждень і вид заняття	Тема заняття	Контрольне завдання	Кіль- кість балів в (ма- х)
Змістовий модуль 1. «Self-Branding» та просування персонального бренду			
Лекція 1	«Self-Branding» та просування персонального бренду	Дискусія, рефлексія	1
Практичне заняття 1	Публічна презентація для просування персонального бренду.	Перевірка виконання лабораторних завдань з формування персонального бренду	5
Самостійн а робота з теми	Формування ідеального іміджу. Розкриття індивідуальності та унікаль- ного рис. Визначення аудиторії персонального бренду.		4
Змістовий модуль 2 Системний погляд на персональний бренд			
Лекція 2	Системний погляд на персональний бренд	Дискусія, рефлексія	1
Практичне заняття 2	Презентація персонального бренду	Перевірка виконання лабораторних завдань з формування персонального бренду	5
Самостійн а робота з теми	Створення впізнаваного фірмового стилю. Вибір політики, якої потрібно дотримуватись у дизайні та створенні промопродукції. Визначення паралелі між візуальним оформленням бренду та образом людини.		4
Змістовий модуль 3 Діловий імідж			
Лекція 3	Діловий імідж	Дискусія, рефлексія	1



Практичне заняття 3	Резюме та Curriculum Vitae	Перевірка виконання лабораторних завдань з формування персонального бренду	5
Самостійна робота	Архетипи та бренди. Критерії оцінки успішності бренду. Основні помилки в створенні та просуванні персонального бренду. Іміджелогія в системі наукового знання. Стратегічні цілі іміджу. Імідж як складова сучасного суспільства. Основні відмінності ділового іміджу		4
Змістовий модуль 4 Портфоліо та персональний сайт			
Лекція 4	Портфоліо та персональний сайт	Дискусія, рефлексія	1
Практичне заняття 4	Портфоліо та віртуальне портфоліо (Dribbble, Behance, Artstation)	Перевірка виконання лабораторних завдань з формування персонального бренду	5
Самостійна робота	Основні елементи ефективного іміджу ділової людини. Техніки створення позитивного візуального образу. Психологія перетворення інформації в думку. Стихійне та цілеспрямоване формування іміджу. Прийоми створення імідж ефекту. Роль засобів масової інформації в створенні ефективного іміджу		4
Змістовий модуль 5 Самопрезентація. Стратегія і тактика публічного виступу			
Лекція 5	Самопрезентація. Стратегія і тактика публічного виступу	Дискусія, рефлексія	1
Практичне заняття 5	Розробка персонального сайту	Перевірка виконання лабораторних завдань з формування персонального бренду	5
Самостійна робота	Аудиторія самопрезентації (оточуючі, суб'єкт). Компоненти самопрезентації. Засоби самопрезентації. Ключові мотиви, що лежать в основі процесу самопрезентації.		4
Змістовий модуль 6 Професійний розвиток персонального бренду фахівця			
Лекція 6	Професійний розвиток персонального бренду фахівця	Дискусія, рефлексія	1
Практичне заняття 6	Віртуальний брендинг (LinkedIn) та	Перевірка виконання лабораторних завдань з	5

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус освітнього компонента



	самопрезентація	формування персонального бренду	
Самостійна робота	Стратегії самопрезентації. Техніки розвитку комунікаційних вмінь та навичок. Асертивність як сучасний інструмент побудови успішних комунікацій.		4
Залік	Практичне завдання	Виконання індивідуального завдання для перевірки навичок формування персонального віртуального бренду	40

Наприкінці семестру, під час екзаменаційно-залікової сесії проводиться підсумковий контроль – залік.



ЛІТЕРАТУРНІ ДЖЕРЕЛА

Основна:

1. Белікова Ю. В. Становлення та переваги емоційного лідерства. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua>.
2. Кочубей Т., Семенов А. Сучасні теорії лідерства: теоретичний аспект. Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. 2012. № 40. С. 176-184. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ppps_2012_40_28.
3. Кушнір Р. Дій! Другі 100 000 кроків до успіху Дрогобич : Коло, 2014. 208 с.
4. Радул В.В., Краснощок І. П., Лебедик І. В. Дослідження особливостей самореалізації особистості: монографія. Київ. : "Імекс-ЛТД", 2009. 352 с.
5. Струтинська І. В. Бренд-менеджмент: теорія і практика. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015 URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/7116/6/Navchalno_metodychnyj_pidruchnyk.pdf
6. Федорчук В. М.Тренінг особистісного зростання: навч. посібник Київ : ЦУЛ, 2014. 250 с.
7. Мітлош А. В., Маляко В. О., Бажанюк В.С.,Камишин В. В. Психологічні особливості лідерської обдарованості : концепції, діагностика, тренінги : монографія. Київ : Ін-т обдарованої дитини, 2014. 290 с.

Додаткова:

1. Гуменюк, О. Є. Психологія впливу : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2003. 304 с.
2. Крайнюченко О. Ф., Габор О. О. Етапи процесу створення та розвитку бренда: формування ДНК бренда. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/15238/1>
3. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу: монографія / О. В. Мороз, О. В. Пашенко. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. 104 с. URL: <http://lib.sumdu.edu.ua>
4. Москаленко, В. В.Психологія соціального впливу : навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2007. 448 с.
5. Собченко О. М. Психологія впливу : навч. посібник. Рек. МОН. Київ : Кондор-Видавництво, 2013. 158 с.
6. Штовба О.В. Товарний брендинг в маркетинзі та комунікативному менеджменті: навчальний посібник Вінниця: ВНТУ, 2014. URL: https://www.researchgate.net/publication/280873566_Tovarnij_brending_v_marketin

Інформаційні джерела:

1. Григорчук Т.В. Брендинг: навчальний посібник для дистанційного навчання URL : https://sites.google.com/site/brendingsoccult/branding_in_business_activities/
2. Маркетингові комунікації. URL: <http://posibniki.com.ua/post-brending-sutnist-brenda>
3. Управління брендом як процес. URL: <http://persona.pumb.ua/ua/club/digest/detail.php?CODE=upravleniebrendom-kak-protsess>
4. Європейська асоціація українців. URL: <http://www.ukrassociation.eu>
5. Дослідження сприйняття України. Бренд «Україна». (позиціонування української держави за кордоном) URL : <http://brandukraine.org/k/>
 1. Що для Вас Україна і хто такі українці? Проведення соціологічних досліджень з метою визначення бачення іміджу України з боку вітчизняних громадян та сприйняття нашої держави іноземцями, що перебувають в Україні. URL: <http://brandukrainepoll.com/results/>



7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Студенти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. У разі наявності поважної причини для пропуску заняття або невиконання завдань у встановлений термін, передбачається відпрацювання студентом пропущеного матеріалу протягом наступних двох тижнів, або за домовленістю з викладачем.

За умови систематичних пропусків може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (див. посилання на Положення у додатку до силабусу).

Політика академічної доброчесності

Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення StrikePlagiarism.

Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело. Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов'язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності.

Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагіату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем.

Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:

Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>

Цифрова повнотекстова база даних англomовної наукової періодики JSTOR: <https://www.jstor.org/>

Усі учасники навчального процесу дотримуються академічної доброчесності. Під час виконання письмових видів робіт або під час підготовки виступів, які передбачають самостійне опрацювання літературних та інших джерел плагіат не допускається. Використання всіх теоретичних матеріалів передбачає обов'язкове посилання на офіційне джерело (автора). Виявлення плагіату стає підставою для незарахування виконаної роботи.

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).

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.

Під час виконання заходів контролю (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт тощо – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень.

Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».

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.



ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ НА ПОТОЧНИЙ НАВЧАЛЬНИЙ РІК доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>

НАВЧАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь 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. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (у 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. Процедура повторного вивчення визначається Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>.

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/57wha734>.

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 **Марті Ірини Вадимівни** (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**

Електронна адреса: v_banakh@znu.edu.ua

Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

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. Спеціалізована допомога: (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 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua>

Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>