ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ВІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ, ЗДОРОВ'Я ТА ТУРИЗМУ
ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету фізичного
виховання, здоров'я та туризму

М.В. Маліков
(підпис) (ініціали та прізвище)

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
РЕКЛАМА В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ
(назва навчальної дисципліни)

підготовки бакалаврів
(назва освітнього ступеня)
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»
(назва)
спеціальності J2 Готельно-ресторанна справа та кейтеринг
(шифр, назва спеціальності)
галузі знань J Транспорт та послуги
(шифр і назва)

ВИКЛАДАЧ: кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, рекреації та готельно-ресторанної справи Люта Дарина Анатоліївна
(ПІБ, науковий ступінь, вчене звання, посада)

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри туризму, рекреації та готельно-ресторанної справи
Протокол № 1 від "28" 08 2026 р.
Завідувач кафедри туризму, рекреації та готельно-ресторанної справи

(підпис) Н.В. Маковецька
(ініціали, прізвище)

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми

(підпис) А.В. Борозенко
(ініціали, прізвище)

26-2027 навчальний рік

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Реклама в готельно-ресторанному бізнесі

Зв`язок з викладачем: кандидат педагогічних наук, доцент Люта Дарина Анатоліївна
E-mail: lyutadaryna@ukr.net
Телефон: (061) 228-75-74 (кафедра)
Інші засоби зв'язку: *Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)*
Кафедра: туризму, рекреації та готельно-ресторанної справи, IV корпус ЗНУ, ауд. 306 (3й поверх)

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «Реклама в готельно-ресторанному бізнесі» надання основ рекламної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі та вироблених практичних умінь організації рекламної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі. Основними **завданнями** навчальної дисципліни є:

1. Засвоєння студентами основних понять, категорій і принципів реклами, навиків формування та оцінки рекламних звернень;
2. Навчання методів використання рекламних засобів;
3. Набуття досвіду рекламної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі.

Пререквізити: Маркетинг туризму.

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	**Обов'язкова**	
Семестр	7-й	
Кількість кредитів ECTS	3 кредити	
Кількість годин	90 годин	
Лекційні заняття	10 год.	
Семінарські заняття	-	
Практичні заняття	20 год.	
Лабораторні заняття	-	
Самостійна робота	60 год.	
Консультації	*особисті – щосереди з 14:30 до 16:00, IV корпус, ауд. 306; дистанційні – MOODLE, за попередньою домовленістю за електронною поштою*	
Вид підсумкового семестрового контролю:	**залік**	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10072	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Результати навчання та компетентності	Методи навчання / форми і методи оцінювання
Результати навчання: **РН 04.** Аналізувати сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності та рекреаційного господарства. **РН 10.** Розробляти нові послуги (продукцію), використовуючи сучасні технології виробництва та обслуговування споживачів. **РН 18.** Презентувати власні проекти і розробки, аргументувати свої пропозиції щодо розвитку бізнесу. **РН 23.** Знати і розуміти особливості індустрії гостинності регіону та вміти розробляти, просувати та реалізовувати продукт, спрямований на її розвиток в умовах воєнного і повоєнного часу. ***Компетентності:*** **ЗК 4.** Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. **ЗК 5.**Здатність працювати в команді. **СК 4.** Здатність формувати та реалізовувати ефективні зовнішні та внутрішні комунікації на підприємствах сфери гостинності, навички взаємодії. **СК 7.** Здатність розробляти нові послуги (продукцію) з використанням інноваційних технологій виробництва та обслуговування споживачів. **СК 8.** Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання готельних та ресторанних послуг для різних сегментів споживачів. **СК 11.** Здатність виявляти, визначати й оцінювати ознаки, властивості і показники якості продукції та послуг, що впливають на рівень забезпечення вимог споживачів у сфері гостинності. **СК 12.** Здатність ініціювати концепцію розвитку бізнесу, формулювати бізнес- ідею розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу. **СК 14.** Здатність розробляти, просувати та реалізовувати продукт, спрямований на розвиток індустрії гостинності регіону в умовах воєнного і повоєнного часу.	Лекційні заняття, практичні заняття, самостійна творча робота, індивідуальна робота, інтерактивні вправи, рольові ігри, тестування, контрольні роботи, опитування, вікторини

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. ***Реклама в системі маркетингових комунікацій сфери гостинності.*** Поняття «реклама». Місце реклами в системі маркетингу готельних і ресторанних послуг. Види і функції реклами. Характеристика сучасного рекламного процесу у сфері гостинності. Рекламна кампанія в готельно-ресторанному бізнесі.

Змістовий модуль 2. ***Рекламні звернення в готельно-ресторанному бізнесі.*** Тема і девіз реклами у сфері гостинності. Структура, форма та стиль рекламного звернення. Колір та ілюстрації в рекламі.

Змістовий модуль 3. ***Ефективні рекламні засоби у сфері гостинності.*** Інформаційно-рекламні матеріали. Вистави та ярмарки в готельно-ресторанній індустрії. Зовнішня реклама в готельно-ресторанному бізнесі. Пряма реклама.

Змістовий модуль 4. ***Реклама в засобах масової інформації.*** Реклама в періодичній пресі. Радіореклама. Особливості телереклами у сфері гостинності. Реклама в комп'ютерних мережах. Рекламна діяльність в умовах воєнного стану.

Змістовий модуль 5. Е***фективність рекламного впливу в готельно-ресторанному бізнесі***. Оцінка ефективності реклами в готельно-ресторанному бізнесі. Вплив реклами на підсвідомість клієнтів закладів готельно-ресторанного бізнесу. Реакція організму на рекламу та її вимірювання.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	**Назва теми**	**Кількість годин**		**Згідно з розкладом**
		о/д.ф.	**з.ф.**	
1	*2*	*3*	*4*	*5*
Лекція 1	Тема. ***Реклама в системі маркетингових комунікацій сфери гостинності.***	2		*1 раз на 2 тижні*
Семінарське заняття 1	Тема. ***Реклама в системі маркетингових комунікацій сфери гостинності*****:** 1. Поняття реклами. 2. Місце реклами в системі маркетингу готельних і ресторанних послуг. 3. Види і функції реклами. 4. Характеристика сучасного рекламного процесу у сфері гостинності. 5. Рекламна кампанія в готельно-ресторанному бізнесі.	4		*щотижня*
Самостійна робота 1	Тема. ***Реклама в системі маркетингових комунікацій сфери гостинності*****:** **Питання:** 1. Розтлумачте сутність поняття «реклама». 2. Які види реклами, на вашу думку, є найбільш ефективними в індустрії гостинності, враховуючи специфіку галузі? 3. Реклама у сфері гостинності має характерні риси, які визначаються специфікою галузі та її товару – готельно-ресторанних послуг. У чому полягає ця відмінність? 4. Які вимоги ставляться до рекламних звернень у сфері гостинності? 5. Назвіть структурні складові сучасного рекламного процесу в готельно-	12		

	ресторанному бізнесі. 6. Які функції виконують рекламні агентства? 7. Перерахуйте види рекламних кампаній у сфері гостинності. 8. Поясніть відмінності між екстенсивною та інтенсивною рекламними кампаніями. 9. Окресліть умови ефективності рекламних кампаній у сфері гостинності. 10. Запропонуйте рекламні заходи для популяризації вітчизняних закладів готельно-ресторанного бізнесу.			
Лекція 2	Тема. ***Рекламні звернення в готельно-ресторанному бізнесі.***	2		*1 раз на 2 тижні*
Семінарське заняття 2	Тема. ***Рекламні звернення в готельно-ресторанному бізнесі*:** 1. Тема і девіз реклами у сфері гостинності. 2. Структура, форма та стиль рекламного звернення. 3. Колір та ілюстрації в рекламі	4		*щотижня*
Самостійна робота 2	Тема. ***Рекламні звернення в готельно-ресторанному бізнесі*:** **Питання:** 1. Що таке рекламний слоган? 2. Які головні вимоги ставляться до рекламних слоганів? Назвіть особливості слоганів в готельно-ресторанній індустрії. Наведіть приклади вдалих і невдалих, на вашу думку, слоганів закладів готельно-ресторанного бізнесу. 3. Назвіть рівні впливу реклами на споживача готельно-ресторанних послуг. 4. Назвіть стадії рекламної діяльності у сфері гостинності. 5. Які елементи входять до структури рекламного звернення? Наведіть приклад рекламного звернення готельного підприємства, в якому наявні всі необхідні складові. 6. Назвіть основні стилі реклами. 7. Яка роль кольору в оформленні реклами? Наведіть приклад вдалого колірного рішення в рекламі готельно-ресторанних продуктів і послуг.	12		
Лекція 3	Тема. ***Ефективні рекламні засоби у сфері гостинності.***	2		*1 раз на 2 тижні*
Семінарське заняття 3	Тема. ***Ефективні рекламні засоби у сфері гостинності*:** 1. Інформаційно-рекламні матеріали. 2. Вистави та ярмарки в готельно-ресторанній індустрії. 3. Зовнішня реклама в готельно-ресторанному бізнесі. 4. Пряма реклама.	4		*щотижня*

Самостійна робота 3	Тема. ***Ефективні рекламні засоби у сфері гостинності*:** **Питання:** 1. Від чого залежить вибір рекламно-інформаційного матеріалу в готельно-ресторанному бізнесі? 2. Які інформаційно-рекламні матеріали найчастіше використовуються у рекламних кампаніях закладів готельно-ресторанного господарства? 3. Що являє собою спеціалізована виставка готельно-ресторанних продуктів і послуг? Наведіть приклад виставки готельно-ресторанного бізнесу (вітчизняної або міжнародної). Охарактеризуйте ділову програму виставки, назвіть основні розділи виставки, визначте учасників і перерахуйте актуальні пропозиції. 4. Які особливості проведення ярмарків в індустрії гостинності? Наведіть приклад спеціалізованого ярмарку (вітчизняного або міжнародного), скориставшись інформацією з інтернету. Охарактеризуйте його програму. 5. Поясніть сутність та переваги прямої реклами.	12		
Лекція 4	Тема. ***Реклама в засобах масової інформації.***	2		*1 раз на 2 тижні*
Семінарське заняття 4	Тема. ***Реклама в засобах масової інформації*:** 1. Реклама в періодичній пресі. 2. Радіореклама. 3. Особливості телереклами у сфері гостинності. 4. Реклама в комп'ютерних мережах. 5. Рекламна діяльність в умовах воєнного стану.	4		*щотижня*
Самостійна робота 4	Тема. ***Реклама в засобах масової інформації*:** **Питання:** 1. У чому полягають переваги та недоліки реклами в періодичній пресі? Наведіть приклади реклами пропозицій закладів готельно-ресторанного бізнесу в періодичних виданнях. 2. Назвіть чинники, які впливають на підвищення ефективності реклами в пресі. 3. Поясніть, що таке рекламний ролик. Укажіть переваги такого різновиду реклами при просуванні готельно-ресторанних продуктів і послуг. 4. Назвіть переваги та недоліки телереклами в індустрії гостинності. 5. Які переваги та недоліки реклами в інтернеті? Назвіть напрями зворотного зв'язку в мережі зі споживачами готельно-ресторанних послуг. 6. Окресліть виклики для вітчизняного готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану. Назвіть напрями	12		

	адаптації. 7. Охарактеризуйте шляхи збереження та перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану.			
Лекція 5	Тема. ***Ефективність рекламного впливу в готельно-ресторанному бізнесі.***	2		*1 раз на 2 тижні*
Семінарське заняття 5	Тема. ***Ефективність рекламного впливу в готельно-ресторанному бізнесі*:** 1. Оцінка ефективності реклами в готельно-ресторанному бізнесі. 2. Вплив реклами на підсвідомість клієнтів закладів готельно-ресторанного бізнесу. 3. Реакція організму на рекламу та її вимірювання.	4		*щотижня*
Самостійна робота 5	Тема. ***Ефективність рекламного впливу в готельно-ресторанному бізнесі*:** **Питання:** 1. У чому полягає економічна ефективність реклами? 2. У чому полягає комунікативна ефективність реклами? 3. Назвіть та охарактеризуйте методи оцінки рекламного впливу. 4. Назвіть основні показники ефективності реклами. Надайте свої рекомендації щодо підвищення ефективності рекламного впливу на споживачів готельно-ресторанних продуктів і послуг. 5. У чому полягає сутність підсвідомого впливу реклами? 6. Назвіть основні технології впливу на підсвідомість. 7. Що являють собою фізіологічні тести?	12		

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	**Вид контрольного заходу**	**Зміст контрольного заходу***	**Критерії оцінювання та термін виконання***	**Усього балів**
1	***2***	***3***	***4***	***5***
Поточний контроль				
Семінарське заняття №1	Опитування, письмова задача	Виконання письмового завдання на практичних заняттях – вирішення задачі. Проведення опитування на практичних заняттях – відповіді на 4 питання.	Письмова задача – правильне вирішення 7 балів. Опитування – по 2 бали за кожне питання (8 балів).	**12**
Семінарське заняття №2	Тестування, презентація	Виконання тестів на практичних заняттях – відповіді на 4 питання тесту. Представлення самостійно	Тестування – по 2 бали за кожне питання (8 балів).	**12**

		розробленої презентації за наданою тематикою.	Презентація – 7 балів.	
Семінарське заняття №3	Вікторина, ділова гра	Усне опитування-вікторина на практичних заняттях – відповіді на 4 питання. Проведення ділової гри «Рекламне агентство» на практичних заняттях.	Вікторина – по 2 бали за кожне питання (8 балів). Рольова гра – 7 балів.	**12**
Семінарське заняття №4	Опитування, письмова задача	Виконання письмового завдання на практичних заняттях – вирішення задачі. Проведення опитування на практичних заняттях – відповіді на 4 питання.	Письмова задача – правильне вирішення 7 балів. Опитування – по 2 бали за кожне питання (8 балів).	**12**
Семінарське заняття №5	Тестування, презентація	Виконання тестів на практичних заняттях – відповіді на 4 питання тесту. Представлення самостійно розробленої презентації за наданою тематикою.	Тестування – по 2 бали за кожне питання (8 балів). Презентація – 7 балів.	**12**
Усього за поточний контроль				**60**
Підсумковий контроль				
залік	Теоретичне завдання	Відповідь на питання тесту. **(розміщено на СЕЗН ЗНУ)**	Тестування передбачає надання відповідей на 20 запитань. Кожна правильна відповідь оцінюється у 1 бал	**20**
	Практичне завдання	Виконання індивідуального завдання із заданої теми, презентаційний (графічний, наочний) матеріал, аудіо- та відеоматеріал, знання дослідженого матеріалу та здатність самостійно проаналізувати та ґрунтовно схарактеризувати матеріал дослідження.	Максимальна кількість балів – 20, які нараховуються за виконання таких частин роботи: ґрунтовний аналіз – 4 б.; визначення необхідних ресурсів – 2 б.; творчий підхід до завдання – 4 б.	**20**
Усього за підсумковий контроль				**40**

Шкала оцінювання ЗНУ: 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)		

6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література:

1. Вачевський М. В., Вачевський О. М., Стасишин Б. О. Маркетинг: основи теорії і практики. Львів : Каменяр, 2019. 223 с.
2. Дайновський Ю. А. Маркетингові прийоми. Київ : А.С.К., 2018. 112 с.
3. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
4. Мендела Є., Мендела І. Рекламна діяльність готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану. *International Science Journal of Management, Economics & Finance.* 2024. Vol. 3. No. 4. P. 101-108.
5. Примак Т. О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством. Київ : Експерт, 2018. 387 с.
6. Altkorn J. Marketing w turystyce. Warszawa: Wydawnictwo naukowe PWN, 2016. 204 с.
7. Королько В. Г. Паблік рилейшнз: наукові основи, методика, практика. Київ : Скарби, 2018. 399 с.
8. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 272 с.
9. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2015. 344 с.
10. Пуцентайло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 344 с.
11. Румянцев А. П., Коваленко Ю. О. Світовий ринок послуг : навч. посіб. Київ : ЦНЛ, 2016. 456 с.
12. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. Чернівці : ЧТЕІ КНЕУ, 2017. 662 с.

Інформаційні ресурси:

1. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР; дата оновлення: 07.06.2026. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text
2. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/514/492
3. Зубарєва М. А. Інструменти популяризації готелю у соціальних мережах. URL: http://global-national.in.ua/archive/4-2015/156.pdf

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.
Успішне освоєння дисципліни потребує завчасного ознайомлення з метою, завданнями та структурою курсу (силабусом), вдумливого сприйняття лекційного матеріалу, своєчасної підготовки до практичних занять, відповідального і своєчасного (згідно з графіком навчального процесу) виконання всіх передбачених програмою завдань. Взаємоповага серед учасників навчального процесу включає вимоги не спізнюватися на заняття, не відволікати викладача й колег телефонними дзвінками, виявляти доброзичливий інтерес до відповідей одногрупників, проявляти коректну активність при обговоренні проблемних питань тощо.
Політика академічної доброчесності.
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.
Використання комп'ютерів/телефонів на занятті.
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 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, коди доступу до сесій у Cisco Webex та ін. – 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».
Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу lyutadaryna@ukr.net. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.

ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2026-2027 н. р.

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2026-2027 н. р. доступний за адресою: https://tinyurl.com/yckze4jd.

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/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**
Тел.: (061) 227-12-76

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 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): https://moodle.znu.edu.ua
Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua.
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.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: http://sites.znu.edu.ua/child- advance/.
ЦЕНТР НІМЕЦЬКОЇ МОВИ, ПАРТНЕР ГЕТЕ-ІНСТИТУТУ: https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim.
ШКОЛА КОНФУЦІЯ (ВИВЧЕННЯ КИТАЙСЬКОЇ МОВИ): http://sites.znu.edu.ua/confucius.