**ІМІДЖЕЛОГІЯ**

**Викладач:** *кандидат філологічних наук, доцент Бондаренко Ірина Станіславівна*

**Кафедра:** *теорії комунікації, реклами та зв’язків з громадськістю, 2-й корп. ЗНУ, ауд. 219 (2й поверх)*

**E-mail:** *lystopad.iryna@gmail.com*

**Телефон:** *(061) 289-12-17 (кафедра), 289-41-11 (деканат)*

**Facebook Messenger*:*** *https://www.facebook.com/iryna.bondarenko.71404, Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Освітня програма, рівень вищої освіти** | | Реклама та зв’язки з громадськістю; Бакалавр | | | | |
| **Статус дисципліни** | | Нормативна | | | | |
| **Кредити ECTS** | 3 | 2020-21 |  | 2 | **Тижні** | 12 |
| **Кількість годин** | 90 | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | | 4 | **Лекційні заняття –** 24  **Практичні заняття –** 24  **Самостійна робота –** 42 | |
| **Вид контролю** | Іспит | | | |  | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1678> | | | |
| **Консультації:** | | | щовівторка, 11.00 до 13.00, ІІ корпус, ауд. 219., за попередньою домовленістю, ел. поштою | | | |

**ОПИС КУРСУ**

*Курс має на* ***меті*** *формування у майбутніх спеціалістів теоретичних знань й практичних навичок у галузі іміджелогії та іміджмейкінгу. Студенти матимуть змогу ознайомитися з основними принципами іміджмейкінгу, осягнути множину різновидів іміджів у системі сучасної комунікації; зрозуміти специфіку індивідуального й професійного іміджів у різних сферах суспільного життя; засвоїти техніки й технології іміджування. Дисципліна сприятиме розвитку необхідного рівня для побудови ефективного індивідуального іміджу майбутнього фахівця у галузі реклами й паблік рилейшнз. Під час осягнення дисципліни великий акцент робиться на засобах і прийомах самопрезентації, володіння кінетикою свого тіла, головних аспектах успішної взаємодії.*

*Студенти матимуть змогу впроваджувати базові елементи комунікаційного впливу у власній професійній практиці, організовувати й планувати імідж-стратегії, фахово працювати над розробкою бренда.*

*Усі практичні заняття курсу проводяться в оригінальній навчальній манері – вправи з акторської майстерності, виконання творчих групових завдань, інтерактивні ігри, змагання команд у процесі вирішення проблемної ситуації у галузі соціальних комунікацій. Уся ця методика формує основи ефективної комунікації, вміння вдало позиціонувати себе, виявляє творчий і лідерський потенціал кожного студента.*

**ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

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

1. *Здійснювати розробку ефективних технік самопрезентації персони; розвивати концептуально-стратегічну імідж-ідею (інсайт)*
2. *Працювати з конкретними вербальними й габітарними параметрами іміджу публічної персони*
3. *Працювати над удосконаленням стратегій взаємодії, механізмів і технологій просування іміджу.*
4. *Оформлювати креативний проєкт створення публічного іміджу персони або корпоративного іміджу за чітко визначеними імідж-схемами*

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

1. *Бондаренко І. С. Іміджелогія: Психологія іміджу: навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв’язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 122 с.*
2. *Бондаренко І. С. Іміджелогія: Імідж особистості: навч.-метод. посін. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв’язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 162 с.*
3. *Бондаренко І. С. Іміджелогія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 320 с. (ISBN 978-966-599-541-8).*

*Презентації лекцій, плани семінарських занять, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проєктів розміщені на платформі Moodle:* [*https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1678*](https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1678)

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

***Поточні контрольні заходи (максимальна кількість – 60 балів):***

1. *Усне опитування й обговорення основних тенденцій у розвитку уміджмейкінгингу як практичної галузі (max 2 бали, зріз знань відбуається щотижня).*
2. *Робота у групі над моделюванням іміджевих стратегій / персонального іміджу (max 4 бали).*

***Підсумкові контрольні заходи:***

1. *Теоретичний підсумковий контроль – екзамен або за умови дистанційного навчання проходження тесту.*
2. *Індивідуальний / фінальний проєкт, спрямований на практичне закріплення навичок ефективної комунікації:*

***Вимоги до фінального проєкту***: *Корпоративний імідж факультету журналістики*

*Основний алгоритм формування корпоративного іміджу:*

1. *Опис наявного іміджу факультету сторінки: як факультет представлений у соціальних медіа та на офіційній сторінці ЗНУ (плюси та мінуси); характеристика фірмового стилю; персональний склад викладачів та керівництва факультету (настільки репрезентаційно подається інформація про кожного викладача, декана та його заступників); робота і роль студради; проведення факультетом різноманітних івентів.*
2. *Проєктування ідеального іміджу факультету, як ви це бачите, що треба доповнити до іміджевих стратегій факультету; пропозиція одного презентативного іміджевого заходу (івенту), націленого на підвищення рейтингу серед інших факультетів у межах ЗНУ та України. Можливо, ви запропонуєте нову символіку факультету, вибір кольорів, новий дизайн поверху, на якому працює факультет. Можете скористатися таблицею 1.*
3. *Імідж споживача: опишіть соціокультурну специфіку аудиторії, на яку спрямовуватиметься імідж факультету журналістики. Схарактеризуйте ті позиції, на які слід звернути увагу керівництву під час рекламування факультету.*
4. *Внутрішній імідж: опишіть загальну культура організації, соціально-психологічний клімат факультету. Запропонуйте можливі варіанти поліпшення відносин між студентами та викладачами, приміром, більш товариське спілкування, створення спільних локацій для неформального спілкування і т. ін.*

***Критерії оцінювання фінального проєкту:*** *максимальна кількість балів* ***–*** *20 здобувається студентами за умови дотримання алгоритму побудови корпоративного іміджу та дотримання мовностилістичних норм української мови. Зниження загального балу відбувається за наявності концептуальних помилок задуму проєкту, непрофесійного володіння українською мовою.*

*Більш детальну інформацію та зразки проєктів попередніх років можна знайти за посиланням:* [*https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1678*](https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=1678)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Контрольний захід** | | **Термін виконання** | **% від загальної оцінки** |
| **Поточний контроль (max 60%)** | |  |  |
| *Розділ 1* | *Вид теоретичного завдання: опитування* | *Семінари 1,2,3, 4, 5* | 10% |
| *Вид практичного завдання: групова робота на семінарі* | *Семінари 1,2,3, 4, 5* | 20% |
| *Розділ 2* | *Вид теоретичного завдання: опитування* | *Семінари, 6, 7, 8, 9* | 10% |
| *Вид практичного завдання: групова робота на семінарі* | *Семінари 6, 7, 8, 9* | 20% |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | |  | 20% |
| *Підсумкове теоретичне завдання: екзамен* | |  | 20% |
| *Підсумкове практичне завдання: захист проєкту* | |  |  |
| **Разом** | |  | **100%** |

**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) |

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень**  **і вид заняття** | **Тема заняття** | **Контрольний захід** | **Кількість балів** |
| Змістовий модуль 1 | | | |
| Тиждень 1  Лекція 1 | Іміджелогія: наука, практика, мистецтво |  |  |
| Тиждень 1  Семінар 1 | Іміджелогія: наука, практика, мистецтво | Презентація портфоліо творів образотворчого мистецтва, що демонструють тілесність людини у різні соціокультурні епохи (15-20 зразків).  Робота у групах. | 5 |
| Тиждень 2  Лекція 2 | Філософія іміджу |  |  |
| Тиждень 2  Семінар 2 | Філософія іміджу | Робота з працею Ролана Барта “Система моди” (1967), у якій подано семіотичний аналіз рекламного дискурсу. Автор вказує на важливу рису ефективних рекламних текстів – фантазм. За аналогією студенти мають визначити фантазматичний зміст сучасної реклами (1-2 зразки).  Робота у групах над творчим завданням. | 5 |
| Тиждень 3  Лекція 3 | Імідж як центральна категорія іміджелогії |  |  |
| Тиждень 3  Семінар 3 | Імідж як центральна категорія іміджелогії | Складання тексту у жанрі оди власної неординарності (незвичайності), у якій студент має зазначити про свої позитивні особистісні характеристики. Метафоричний ряд оди слід будувати на основі біологічних, комунікативних, соціальних, міфологічних, професійних та контекстних параметрів свого іміджу.  Аналіз функціональності іміджу конкретної публічної особи.  Вправа для соціально-психологічного тренінгу “Хто Я?” (реалізується у ході практичного заняття). | 5 |
| Змістовий модуль 2 | | | |
| Тиждень 4  Лекція 4 | Види, компоненти й функції іміджу |  |  |
| Тиждень 4  Семінар 4 | Види, компоненти й функції іміджу | Презентація різновидів іміджу.  Візуалізація компонентів іміджу.  Психологічні студії щодо функціональності іміджу. | 5 |
| Тиждень 4  Лекція 4 | Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність |  |  |
| Тиждень 5  Семінар 5 | Іміджмейкінг як технологія формування іміджу та професійна діяльність | Розробка професійного іміджу певній особі за рекомендованими картами (об’єктом іміджування може поставати знайома / знайомий, публічна особа або уявний прототип) | 5 |
| Змістовий модуль 3 | | | |
| Тиждень 6  Лекція 6 | Іміджування як стратегія та тактика роботи іміджмейкера. |  |  |
| Тиждень 6  Семінар 6 | Іміджування як стратегія та тактика роботи іміджмейкера. | Практичне опрацювання стратегій і тактик роботи іміджмейкера за за пропонованими викладачем програмами й алгоритмами | 6 |
| Тиждень 7  Лекція 7 | Самопрезентація у системі технології іміджування |  |  |
| Тиждень 7  Семінар 7 | Самопрезентація у системі технології іміджування | Гра “Нестандартний підхід”. Мета гри: пояснити закономірності взаєморозуміння, розвинути навички управління увагою і настроєм партнера по спілкуванню, зокрема шляхом варіації характеристик мовлення (тону, темпу, гучності тощо) або рухів.  Тестове дослідження “Самооцінка особистості” | 6 |
| Тиждень 8  Лекція 8 | Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу |  |  |
| Тиждень 8  Семінар 8 | Соціально-психологічні передумови формування та функціонування іміджу | Реалізація і захист творчих завдань:  Використовуючи метод міфодизайну, напсатишіть портретний нарис про політичного діяча, представника шоу-бізнесу для: 1) жіночого журналу та 2) місцевої газети.  Використовуючи вказаний набір архетипів або один з них (Акробат, Алфавіт, Вежа, Вітер, Дитя, Мати, Голуб), складіть сценарний сюжет політичної та соціальної реклами.  Використовуючи вказаний набір архетипів або один з них (Корабель, Корона, Лев, Лілія, Роса, Флейта), зробіть креативну презентацію, комерційну рекламу певного продукту або послуги. | 6 |
| Змістовий модуль 4 | | | |
| Тиждень 9-10  Лекція 9-10 | Персональна іміджелогія. Зовнішня маніфестація іміджу особистості. |  |  |
| Тиждень 9-10  Семінар 9-10 | Персональна іміджелогія. Зовнішня маніфестація іміджу особистості. | Реалізація комплексу психологічних тестів для визначення індивідуального іміджу персони.  Практичні вправи на розвиток мімічної й пантомімічної виразності.  Використовуючи методику фізіогноміки, студенти складають психологічний портрет власної зовнішності (письмово).  Презентація самостійних робіт на тему “Український народний костюм у різних регіонах”, “Модні тенденції костюму у різні історичні епохи”. | 6 |
| Тиждень 11-12  Лекція 11-12 | Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники формування. |  |  |
| Тиждень 11-12  Семінар 11-12 | Створення іміджу організації (корпоративний імідж): основні вимоги та чинники формування. | Гуртова робота над програмами побудови корпоративного іміджу організацій.  Презентація самостійних завдань студентів. | 6 |

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

***Книги*:**

1. Барна Н. В. Іміджелогія: навчальний посібник. Київ : Вид-во ун-ту “Україна”, 2007. 217 с.

2. Бондаренко І. С. Іміджелогія: Психологія іміджу: навч.-метод. посібн. для студ. освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв’язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 122 с.

3. Бондаренко І. С. Іміджелогія: Імідж особистості: навч.-метод. посін. для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» напряму підготовки «Реклама і зв’язки з громадськістю». Запоріжжя : ЗНУ, 2014. 162 с.

4. Бондаренко І. С. Іміджелогія у системі гуманітарних знань: культурно-освітні стратегії. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2016. 320 с. (ISBN 978-966-599-541-8).

2. Горчакова В.Г. Прикладная имиджелогия. Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. 478 с.

3. Ковальчук А. С. Основы имиджелогии и делового общения : учеб. пособие для студентов вузов. Ростов-на-Дону : Феникс, 2004. 251 с.

4. Лысикова О. В. Имиджелогия и паблик рилейшнз в социокультурной сфере : учеб. пособие. Москва : Флинта, 2006. 167 с.

5. Палеха, Ю. І. Іміджологія: навч. посібник. Київ : Вид-во Європейського ун-ту, 2004. 324 с.

6. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. Москва : Омега-Л, 2008. 266 с.

7. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. Москва; Киев : Из-во Ваклер, 2004. 576 с.

8. Ушакова Н. В. Имиджелогия: учеб. пособие. Москва : Дашков и К°, 2011. 278 с.

9. Шепель В. М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния. Москва : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. 382 с.

10. Шепель В. М. Профессия имиджмейкер. Ростов н/Д: Феникс, 2008. 523 с.

***Інформаційні ресурси***

1. Міністерство закордонних справ України. URL : https://mfa.gov.ua/ua.

2. CHANEL. Fashion Shows & Accessories, Fragrance & Beauty (official website). URL : www.chanel.com/.

3. DIOR. Discover Christian Dior fashion, fragrance and accessories for Women and Men. (official website). URL : www.dior.com/‎.

4. YVES SAINT LAURENT. Official Store. (official website). URL : www.ysl.com/.

5. GIVENCHY. (official website). URL : www.givenchy.com/‎.

**РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ[[2]](#footnote-2)**

**Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

*Відвідування усіх занять є обов’язковим, оскільки курс зорієнтовано на формування практичних комунікаційних навичок. Вітається творчий вияв власної особистості. Студенти мають відчувати навички гуртової роботи, тому вільна взаємодія на семінарах – неодмінний показник успішного засвоєння матеріалу.*

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

**Політика академічної доброчесності**

*Викладачка застосовує спеціальні заходи перевірки практичних і творчих завдань на плагіат (зосібна, спеціалізованого програмного забезпечення UniCheck). У разі недотримання студентами академічної доброчесності, бали за виконання завдань не будуть нараховуватися.*

*Пам’ятайте, що відповідно до ЗУ «Про авторське право і суміжні права» плагіат – «це оприлюднення (опублікування), повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору». Академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства (ч. 4 ст. 42 Закону України «Про освіту»).*

*Академічним плагіатом постають:*

*Відтворення в тексті наукової роботи без змін, з незначними змінами, або в перекладі тексту іншого автора (інших авторів), обсягом від речення і більше, без посилання на автора (авторів) відтвореного тексту.*

*Відтворення в тексті наукової роботи, повністю або частково, тексту іншого автора (інших авторів) через його перефразування чи довільний переказ без посилання на автора (авторів) відтвореного тексту.*

*Відтворення в тексті наукової роботи наведених в іншому джерелі цитат з третіх джерел без вказування, за яким саме безпосереднім джерелом наведена цитата.*

*Відтворення в тексті наукової роботи наведеної в іншому джерелі науково-технічної інформації (крім загальновідомої) без вказування на те, з якого джерела взята ця інформація.*

*Відтворення в тексті наукової роботи оприлюднених творів мистецтва без зазначення авторства цих творів мистецтва (Рекомендації щодо запобігання академічному плагіату та його виявлення в наукових роботах (авторефератах, дисертаціях, монографіях, наукових доповідях, статтях тощо)).*

*Більш детальну інформацію можна знайти за посиланням:* [*http://aphd.ua/rekomendatsi-shchodo-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-ta-ioho-vyiavlennia-v-naukovykh-robotakh/*](http://aphd.ua/rekomendatsi-shchodo-zapobihannia-akademichnomu-plahiatu-ta-ioho-vyiavlennia-v-naukovykh-robotakh/)

З особливою обережністю ставтеся до таких ресурсів: Studfile.net, Wikipedia, Studopedia.org та ін.

**Використання комп’ютерів/телефонів на занятті**

*Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами можна тільки з метою пошукової роботи у межах виконання аудиторного завдання.*

**Комунікація**

*Викладач дистанційно спілкується зі студентами за допомогою електронної пошти, Moodle,* *Facebook Messenger. Викладач відповідатиме на письмові запити студентів терміново упродовж усього навчального тижня.*

***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 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.

***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

1. **1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита EСTS)** [↑](#footnote-ref-1)
2. [↑](#footnote-ref-2)