

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан економічного факультету
Гельман В.М.
« 25 » серпня 2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ МАРКЕТИНГОВОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ**

підготовки магістра
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма Маркетинг
спеціальності D5 – Маркетинг
галузі знань D – Бізнес, адміністрування та право

ВИКЛАДАЧ: Іванов Микола Миколайович, д.е.н., професор

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри управління
персоналом і маркетингу

Протокол №_1_ від «25» серпня 2025 р.
В.о.завідувача кафедри управління
персоналом і маркетингу



В.В.Малтиз

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми



В.В.Малтиз

2025 рік

Зв'язок з викладачем: Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)

E-mail: nn_iva@ukr.net

Сезн ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11346>

Телефон: (061) 228-76-25

Інші засоби зв'язку: Viber Ідентифікатор: 393 234 7508, Код доступу: 1234

Кафедра: кафедра управління персоналом і маркетингу, 69063, м. Запоріжжя, просп. Соборний, 74 (V корп., к. 218-а)

1. Опис навчальної дисципліни

Набуття у майбутніх фахівців теоретичних та практичних навичок, а також сформувати знання щодо методологічних аспектів організації хмарних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю та їх пріоритети у цифровій економіці.

Вивчення основних понять та сформувати знання про теоретичні та прикладні аспекти хмарних технологій, навчити студентів використовувати на практиці методи і прийоми в управлінні маркетинговою діяльністю, які необхідні в майбутній професійній діяльності.

Мета курсу – є надати студентам глибокі знання в сфері хмарних технологій щодо в управління маркетинговою діяльністю з метою використання їх в практичній діяльності та дати практичні навички для використання хмарних технологій у діяльності економічних об'єктів та їх майбутньої професійної діяльності.

На методичному рівні ознайомити студентів з основними методами хмарного маркетингу та методами використання інформаційних та Internet-технологій в сучасній економіці, її основних функцій, методів і прийомів впливу на споживачів.

У результаті вивчення дисципліни, здобувачі вищої освіти повинні засвоїти понятійно-категоріальний апарат дисципліни; основи застосування хмарних технологій у маркетингу; підходи та принципи хмарних обчислювань у маркетингу; основи і збереження маркетингових даних у хмарних сховищах (Big Data); особливості формування і візуалізації великих даних для ефективного прийняття маркетингової стратегії. Вільно оперувати термінами та поняттями дисципліни; розрізняти функції та принципи хмарних технологій у маркетингу; астосовувати хмарні обчислення у маркетингу; оцінювати сучасний ринок.

Відповідно до структурно-логічної схеми підготовки здобувачів вищої освіти, навчальна дисципліна «Хмарні технології в управлінні маркетинговою діяльністю» опановується паралельно з дисципліною «CRM-системи в автоматизації маркетингових бізнес-процесів» та слугує концептуальним підґрунтям для подальшого вивчення курсів «Оцінювання ефективності маркетингових рішень» і «Маркетингові комунікації в Інтернеті та соціальних мережах», «Цифровий брендинг».

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
1	2	3
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	1 -й	1 -й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	14 год.	8 год.
Лабораторні заняття	14 год.	4 год.
Самостійна робота	62 год.	82 год.
Консультації	вказати адресу розміщення розкладу проведення консультацій, формат проведення (очно/дистанційно)	

Вид підсумкового семестрового контролю:	Екзамен
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10831

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	3
Загальні компетентності ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. Спеціальні компетентності СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. Програмні результати навчання Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії,	Метод інтерактивно-дистанційної форми навчання (лекції, практичні роботи), який спрямовано на підвищення активності отримання знань студентами за рахунок можливості діалогу викладача зі студентами у реальному часі, що дає можливість підвищити взаємодію викладач-студент і мати зворотній зв'язок. Методи зворотного зв'язку у дистанційній формі навчання забезпечує можливість висловлювати студентам думки, ідей або заперечень щодо поставлених питань. Наочні методи (презентації лекцій). Дискусійні методи. Методи контролю і самоконтролю: усний, письмовий. Практичні методи (практичні та контрольні завдання).	Лабораторні роботи дозволяють студентам оволодіти практичними навичками з курсу. Оцінка за лабораторні роботи складається з двох частин: оцінки за виконання завдань роботи та відповіді на додаткові теоретичні питання за тематикою практичної роботи. Критерії оцінювання викладені в Moodle: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/483053/mod_resource/content/1/Види%20контролю%20i%20система%20накопичення%20балів.pdf. Атестація проходить в якості тестування - теоретичні знання студента з лекційних тем відповідних розділів перевіряються за допомогою тестування в системі MOODLE. Теоретична контрольна складається з 10 тестових завдань. Тест містить 4 відповіді, одна з яких є правильною. За правильну

методи і практичні прийоми маркетингу. P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. P16. Оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.		відповідь на одне питання студент отримує 1 бал, таким чином, відповівши вірно на всі питання студент може отримати 10 балів.
---	--	--

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Поняття і класифікація хмарних технологій і його переваги у маркетингу.

Тема 1. Основні поняття і класифікація хмарних систем. Cloud Marketing і його переваги для бізнесу.

Основні поняття і класифікація хмарних систем. Можливості і види хмарних послуг. Приватна, публічна хмарна технологія та їх комбінація. Використання хмарних технологій у бізнесі.

Тема 2. Побудова та класифікація хмарних систем.

Побудова хмарних систем. Класифікація хмарних систем у маркетингу. Аналіз існуючих хмарних систем.

Змістовий модуль 2. Архітектура побудови Великих Даних та робота з ними (вдосконалено відповідно до рішення задач у застосуванні Маркетинг 5.0).

Тема 3. Середовище хмарних сховищ: архітектура побудови Великих Даних та AWS.

Побудова системи обміну інформації. Модель багатовимірного представлення інформації. Архітектура AWS.

Тема 4. Робота з даними OLAP через web-інтерфейс та їх синхронізація.

Синхронізація даних маркетингової інформації. Модель багатовимірного представлення інформації. Архітектура AWS.

Змістовий модуль 3. Інструменти хмарного маркетингу та хмарні обчислення.

Тема 5. Інструменти хмарного маркетингу.

Cloud Marketing та його переваги для бізнесу. Зміна світу Інтернетом та хмарним маркетингом. Онлайн-додатки як компоненти хмарного маркетингу. Зниження вартості рекламних матеріалів та підвищення ефективності. Стратегія хмарного маркетингу. Сучасні хмарні платформи.

Тема 6. Хмарні обчислення в маркетингу з оцінкою ефективності.

Аналітика хмарних технологій. Хмарні технології у вирішенні задач маркетингу. Ефективність хмарних технологій.

Змістовий модуль 4. Використання хмарних систем супроводу користувачів та постачальників.

Тема 7. Використання хмарних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю.

Особливості CRM систем, переваги та недоліки. CRM системи, корисні функції. API і інтеграція із CRM системою. Застосування CRM.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		год/д. ф.	год/з. ф.	
1	2	3	4	5
Лекція 1	Тема 1 Основні поняття і класифікація хмарних систем. Cloud Marketing і його переваги для бізнесу.	2	1	Щотижня
Лабораторна робота 1	Лабораторна робота №1 Аналіз умов надання хмарних послуг	4	1	Щотижня
Самостійна робота 1	Завдання в системі Moodle	2	10	Щотижня
Лекція 2	Тема 2. Побудова та класифікація хмарних систем.	2	0,5	Щотижня
Лабораторна робота 2	Дослідження архітектури використання хмарних послуг .	4	1	Щотижня
Самостійна робота 2	Завдання в системі Moodle	10	12	Щотижня
Лекція 3	Тема 3. Середовище хмарних сховищ: архітектура побудови Великих Даних та AWS.	2	1	Щотижня
Лабораторна робота 3	Дослідження маркетингових систем управління закупівлями (e-procurement).	4	1	Щотижня
Самостійна робота 3	Завдання в системі Moodle	10	12	Щотижня
Лекція 4	Тема 4. Робота з даними OLAP через web-інтерфейс та їх синхронізація.	2	1	Щотижня
Лабораторна робота 4	Лабораторна робота №4 Дослідження маркетингових систем супроводу постачальників (SCM-система)	2	1	Щотижня
Самостійна робота 4	Завдання в системі Moodle	10	12	Щотижня
Лекція 5	Тема 5. Інструменти хмарного маркетингу.	2	1	Щотижня
Самостійна робота 5	Завдання в системі Moodle	10	12	Щотижня
Лекція 6	Тема 6. Хмарні обчислення в маркетингу з оцінкою ефективності.	2	1	Щотижня
Самостійна робота 6	Завдання в системі Moodle	10	12	Щотижня
Лекція 7	Тема 7. Використання хмарних технологій в управлінні маркетинговою діяльністю.	2	1	Щотижня
Самостійна робота 7	Завдання в системі Moodle	10	12	Щотижня

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	Вид контрольного о заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Лабораторна робота №1	Усне опитування	Аналіз умов надання хмарних послуг	Виконання лабораторної роботи оцінюється у 8 бали: 3 бал – практичну роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 5 бали – практичну роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 8 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	8
Самостійна робота №1	Тест	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 10 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,5 бал.	5
Лабораторна робота №2	Усне опитування	Практична робота 2. Дослідження архітектури використання хмарних послуг	Виконання лабораторної роботи оцінюється у 8 бали: 3 бал – практичну роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 5 бали – практичну роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 8 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	8
Самостійна робота №2	Тест	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Лабораторна робота №3	Усне опитування	Практична робота 3. Дослідження архітектури використання хмарних послуг.	Виконання лабораторної роботи оцінюється у 8 бали: 3 бал – практичну роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 5 бали – практичну роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 8 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	8
Самостійна робота №3	Тест	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Лабораторна робота №4	Усне опитування	Практична робота 4. Дослідження	Виконання лабораторної роботи оцінюється у 8 бали: 3 бал – практичну	8

		маркетингових систем супроводу постачальників (SCM-система)	роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 5 бали – практичну роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 8 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами	
Самостійна робота 4	Тест	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Самостійна робота 5-7	Тест	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 5 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	8
Усього за поточний контроль	6			60
Підсумковий контроль				
Екзамен	Теоретичне завдання	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1-4 (розділ 3).	Тестування проводиться в системі Мудл. Тест містить 20 тестових завдань, до кожного завдання подається чотири відповіді, одна з яких є правильною. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	20
	Завдання	Розв'язання двох типових задач, які розглядалися у лабораторних роботах 1-4	Кожна задача оцінюється за такою шкалою: 10 балів: задачу розв'язано правильно; 9 балів: задачу розв'язано з незначними помилками, але зрозуміло, що студент знає алгоритм розв'язання задачі; 8-7 балів: задачу розв'язано з помилками, з яких зрозуміло, що студент частково знає алгоритм розв'язку задачі; – 6 балів: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблена спроба її розв'язання, наприклад виконав значний обсяг допоміжних розрахунків; – 5 балів: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблені допоміжні розрахунки, які свідчать про те, що студент матеріал частково знає; – 4 бали: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблені допоміжні розрахунки; – 3 бали: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу та зроблено незначний обсяг допоміжних розрахунків; – 2-1 бал: виписана формула, за якою можна розв'язати задачу, але з помилками; – 0 балів: задачу не розв'язано.	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. Барабанова В. В., Богатирьова Г. А. Інноваційний маркетинг : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2022. 145 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi69/0050413.pdf>.
 2. Борисова Т. М. Комплексний інтернет-маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2022. 272 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi70/0050879.pdf>.
 3. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan and Hoboken, NJ. Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons Inc., 2021. 206 pp.
 4. Борисова Т. М. Комплексний інтернет-маркетинг : навч. посіб. Тернопіль : Економічна думка, 2022. 272 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi70/0050879.pdf>.
 5. Олексюк В., Спірін О. Основи хмарних технологій : навч. посіб. Київ : Ін-т цифровізації освіти НАПН України, 2023. 188 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi75/0056088.pdf>.
 6. Хмарні технології : навч. посіб. / О. В. Зінченко, С. В. Прокопов, С. О. Серих [та ін.]. Київ : Гуляєва В. М., 2020. 74 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053883.pdf>.
 7. Цифрова економіка : підручник / Т. І. Олешко, Н. В. Касьянова, С. Ф. Смерічевський [та ін.]. Київ : НАУ, 2022. 200 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052186.pdf>.
 8. Ivanov M. M., Terentieva N. V. Methodology of building marketing systems. Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic Sciences. No. 2 (46), 2020. P. 116-121.
- Додаткова:
9. Ігнатів Л.С., Іванов М.М. Інтернет-маркетинг як інструмент розвитку сфери страхових послуг. Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки, 2 (50), 2021. 122-126. (DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2021-2-50-23>)
 10. Лабенська Ю., Іванов М. Особливості формування стратегії промислового маркетингу металургійних підприємств. Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки, 1 (53), 2022. 117-121. URL: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2022-1-53-21>
- Інформаційні ресурси:
11. Іванов М.М. Хмарні технології в управлінні маркетинговою діяльністю. URL: <http://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10831>
 12. Ivanov S., Ivanov M. Big Data based marketing forecasting. CEUR Workshop Proceedings / Vol- 3048. 2021, pp. 151-162. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-3048/paper07.pdf>
 13. Ivanov S., Maksyshko N., Ivanov M. Neuro-fuzzy Control System for a Non-deterministic Object in Real Time. CEUR-WS.org / Vol- 2864/ 2021: 475-484. URL: <http://ceur-ws.org/Vol-2864/paper42.pdf>
 14. Modern trends in digital transformation of marketing & management : collective monograph / Edited by Olena Chukurna and Viktor Zamlynskyi. Kosice : Vysoka skola bezpecnostneho manazerstva, 2023. 604 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053542.pdf>.

15. Grayson R. Foundations in Digital Marketing: Building Meaningful Customer Relationships and Engaged Audiences. Victoria : BCcampus, 2023. 247 p.
URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi77/0057202.pdf>.
16. Shekhovtsova V., Potapenko A. Protection of personal data of consumers in the analysis of demand for the company's products. VIII International Scientific and Practical Conference «Modern pedagogical technologies and innovative methods». Seville, Spain. February 25-28, 2025. Pp. 53-14.
URL : <https://isg-konf.com/modern-pedagogical-technologies-andinnovative-methods/> ISBN-979-8-89692-738-9. DOI 10.46299/ISG.2025.1.8.
17. Калугіна Н., Галан, Л., Івасенко, О. Вплив цифрових інновацій на розвиток маркетингових стратегій українських компаній. Економіка та суспільство, (71).2025.
URL:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-170>

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять є обов'язковим компонентом засвоєння дисципліни. За систематичні пропуски занять та не виконання завдань без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на в системі Moodle. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до матеріально-технічної бази університету, виконувати графік освітнього процесу, не допускати академічної заборгованості або вчасно ліквідувати її.

З даної дисципліни визнаються результати неформальної освіти згідно «Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти». <http://surl.li/evcjl>. Доступність зазначеного документа для учасників освітнього процесу забезпечується шляхом його розміщення на офіційному веб-сайті ЗНУ <http://surl.li/emvpz>.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2025-2026 н. р. доступний за адресою: <https://tinyurl.com/yckze4jd>.

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>.

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. 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>