

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

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

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕТОДИ ОБРОБКИ ТА АНАЛІЗУ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

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

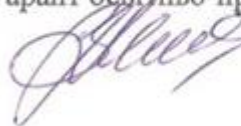
ВИКЛАДАЧ: Іванов Микола Миколайович, д.е.н., професор

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=10833>

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 обробки та аналізу інформації в управлінні маркетинговою діяльністю та їх пріоритети у цифровій економіці.

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

Мета курсу – є надати магістрам знаннями в сфері обробки та аналізу інформації щодо в управлінні маркетинговою діяльністю з метою використання їх в практичній діяльності та дати практичні навички для використання сучасних технологій у діяльності економічних об'єктів та їх майбутньої професійної діяльності.

На методичному рівні ознайомити студентів з основними методами обробки та аналізу інформації з використання Internet-технологій в цифровій економіці..

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
1	2	3
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	2 -й	2 -й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	12 год.	3 год.
Практичні заняття	12 год.	8 год.
Самостійна робота	66 год.	79 год.
Консультації	<i>вказати адресу розміщення розкладу проведення консультацій, формат проведення (очно/дистанційно)</i>	
Вид підсумкового семестрового контролю:	Екзамен	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10833	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<p>Програмні компетентності ПК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у певній галузі професійної діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується</p> <p>Загальні компетентності ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p> <p>Спеціальні компетентності СК СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням між функціональних зв'язків.</p> <p>Програмні результати навчання ПРН</p>	<p>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.</p> <p>Методи зворотного зв'язку у дистанційній формі навчання забезпечує можливість висловлювати студентам думки, ідей або заперечень щодо поставлених питань.</p> <p>Наочні методи (презентації лекцій).</p> <p>Дискусійні методи.</p> <p>Методи контролю і самоконтролю: усний, письмовий.</p> <p>Практичні методи (практичні та контрольні завдання).</p>	<p>Практичні роботи дозволяють студентам оволодіти практичними навичками з курсу. Оцінка за практичні роботи складається з двох частин: оцінки за виконання завдань роботи та відповіді на додаткові теоретичні питання за тематикою практичної роботи.</p> <p>Критерії оцінювання викладені в Moodle: https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/486901/mod_resource/content/1/Критерії%20оцінювання.pdf</p> <p>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 відповідь на одне питання студент отримує 1 бал, таким чином, відповівши вірно на всі питання студент може отримати 10 балів.</p>

<p>P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>P6. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>P14. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>		
--	--	--

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Методи обробки та аналіз маркетингової інформації в сучасних умовах.

Тема 1. Методи обробки та аналіз маркетингової інформації в сучасних умовах.

Принципи формування і використання інформації. Класифікація маркетингової інформації. Методи обробки та аналізу інформації в маркетингових системах.

Змістовий модуль 2. Інтелектуальна обробка маркетингової інформації.

Тема 2. Інтелектуальна обробка маркетингової інформації.

Визначення та функції маркетингу в процесі оцінювання ефективності. Види маркетингового оцінювання і контролю. Визначення маркетингової ефективності функціонування економічної системи.

Тема 3. Використання нечітких множин для дослідження інтелектуальної

маркетингової інформації.

Нечіткі множини як основа сучасної маркетингової інформації. Засоби інтелектуального аналізу маркетингової інформації.

Змістовий модуль 3. Методологія обробки та аналізу маркетингової інформації в сучасній економіці (*Вдосконалено і введено методи Маркетинг 5.0*).

Тема 4-5. Методологія обробки та аналізу маркетингової інформації в умовах переходу до маркетинг 5.0.

Класифікація маркетингових досліджень. Метод проведення маркетингового дослідження. Сучасні методи маркетингових досліджень у період Маркетинг 5.0.

Змістовий модуль 4. Інформаційне та методичне забезпечення маркетингового аналізу та обробки даних в сучасній економіці.

Тема 6. Організація обробки та аналізу маркетингового дослідження ринку. Перспективи розвитку методів і моделей.

Інформаційна база маркетингового аналізу. Етапи проведення маркетингового аналізу. Характеристика прийомів маркетингового аналізу. Організація маркетингового аналізу. Перспективи застосування методів обробки та аналізу даних.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин	Згідно з розкладом
		о/д.ф.	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Лекція 1	Тема 1 Методи обробки та аналіз маркетингової інформації в сучасних умовах.	2	<i>Тиждень 1</i>
Лекція 2	Тема 2. Інтелектуальна обробка маркетингової інформації..	2	<i>Тиждень 3</i>
Лекція 3	Тема 3. Використання нечітких множин для дослідження інтелектуальної маркетингової інформації..	2	<i>Тиждень 5</i>
Лекція 4	Тема 4-5. Методологія обробки та аналізу маркетингової інформації в умовах переходу до маркетинг 5.0.	2	<i>Тиждень 7,9</i>
Лекція 6	Тема 6. Організація обробки та аналізу маркетингового дослідження ринку. Перспективи розвитку методів і моделей.	2	<i>Тиждень 11</i>
Практична робота 1	Практична робота №1 Визначте послідовність методології маркетингового дослідження згідно з практичним завданням Moodle.	2	<i>Тиждень 2</i>
Практична робота 2	Практична робота №2 Оцінювання стратегії цін на товари, які вже існують на ринку.	2	<i>Тиждень 4</i>
Практична робота 3	Практична робота №3. Маркетингова товарна політика: аналіз та побудова матриці BCG	2	<i>Тиждень 6</i>
Практична робота 4	Практична робота №4. Прогнозування процесу продажів товару при дослідженні збутової функції маркетингу.	2	<i>Тиждень 8</i>
Практична робота 5	Практична робота №5. Оцінювання ефективності довгострокових маркетингових рішень.	2	<i>Тиждень 10</i>
Практична робота 6	Практична робота №6. Ознайомлення з системою нечіткого моделювання в системі Matlab	2	<i>Тиждень 12</i>

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				
Практична робота №1	Усне опитування	Оцінювання цін на товари- новинки згідно	Виконання практичної частини практична робіт оцінюється у 6 балів: 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; 6 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами.	6
Практична робота №2	Усне опитування	Оцінювання стратегії цін на товари, які вже існують на ринку.	Виконання практичної частини практична робіт оцінюється у 7 балів: 4 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; 7 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами.	7
Практична робота №3	Усне опитування	Дослідження стратегії ефективного маркетингу в межах товарної номенклатури.	Виконання практичної частини практична робіт оцінюється у 7 балів: 4 бал – практичну у роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 5 бали – практичну роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 7 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами.	7
	Тестування №1	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулями 1-2	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 1 бал.	10
Практична робота №4	Усне опитування	Розробка ефективної маркетингової стратегія цінової політики.	Виконання практичної частини практична робіт оцінюється у 6 балів: 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; 6 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами.	6
Практична робота №5	Усне опитування	Оцінювання ефективності довгострокових маркетингових рішень.	Виконання практичної частини практична робіт оцінюється у 7 балів: 4 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; 7 бали – практичну	7

			роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами.	
Практична робота №6	Усне опитування	Дослідження ефективної маркетингової політики розподілу	Виконання практичної частини практична робіт оцінюється у 7 балів: 4 бал – практичну у роботу виконано з помилками, або виконано та не оформлено звіт; 5 бали – практичну роботу виконано з незначними помилками та звіт оформлено із зауваженнями; 7 бали – практичну роботу виконано без помилок та звіт оформлено згідно з вимогами.	7
	Тестування №2	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 3-4	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 1 бал.	10
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
	Практичне 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. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 136 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi69/0050429.pdf>.
 2. Букало Н. А. Маркетингові дослідження : курс лекцій. Луцьк : ВНУ ім. Л. Українки, 2023. 108 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi76/0056480.pdf>.
 3. Гайденок С. М. Бізнес-аналіз і статистика : навч. посіб. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024. 180 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi80/0060486.pdf>.
 4. Корінев В. Л., Терент'єва Н. В., Малтиз В. В., Іванов С. М. Сучасні технології маркетингового менеджменту: монографія. : Запоріжжя: ЗНУ, 2020. 184 с
 5. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan and Setiawan Iwan. *MARKETING 5.0 Technology for humanity*. 2021. P.278.
 6. Економічна аналітика в бізнесі : навч. посіб. / за ред. О. С. Гринькевич, С. О. Матковського, А. В. Сидорової [та ін.]. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2022. 480 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi83/0062660.pdf>.
 7. Економічна аналітика в бізнесі : навч. посіб. / за ред. О. С. Гринькевич, С. О. Матковського, А. В. Сидорової [та ін.]. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2022. 480 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi83/0062660.pdf>.
 8. Ivanov M.M. Analysis and classification of the Marketing 4.0 system. *Bulletin of Zaporizhzhia national university. Economic sciences. Proceedings Scientific publications*. № 1 (49), 2021. pp.118-122.
 9. Ivanov S.M., Ivanov M.M. Big Data based marketing forecasting. *CEUR Workshop Proceedings*. Vol- 3048, 2021. pp. 151-162.
 10. Ivanov S., Maksyshko N., Ivanov M. Neural Network Forecasting Using Big Data. *CEUR-WS.org / Vol- 2853/ 2021: 90-98 (Scopus)*
 11. 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 (Scopus)*
 12. Іванов М.М., Прокоф'єв І.С. Конкурентний підхід щодо формування ринкової стратегії на промислових підприємствах. *Фінансові стратегії інноваційного розвитку економіки*, 3 (55), 2023. С.21-24. (DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2022-3-55-03>)
 13. Ігнатівич Л.С., Іванов М.М. Інтернет-маркетинг як інструмент розвитку сфери страхових послуг. № 2 (50), 2021. С. 122-126. (DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2021-2-50-23>)
- Інформаційні ресурси:
14. Іванов М.М. Оцінювання ефективності маркетингових рішень. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=13431>

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 ОСВІТЬНОГО 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>

Керівник навчально-методичного відділу

Людмила НЕСТЕРЕНКО