

## NPS-МЕНЕДЖМЕНТ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

**Викладач:** к.е.н., доц. Чкан Анна Сергіївна

**Кафедра:** бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, бй корп. ЗНУ, ауд. 108 (1<sup>й</sup> поверх)

**Email:** chkan.anna@gmail.com

**Телефон:** (066) 390-22-05 (Viber, Telegram)

**Facebook Messenger:** <https://www.facebook.com/anna.chkan/>

**Instagram:** @chkan\_anna

<b>Освітня програма, рівень вищої освіти</b>		Менеджмент міжнародного бізнесу; Менеджмент; Бакалавр				
<b>Статус дисципліни</b>		Варіативна				
<b>Кредити ECTS</b>	3	<b>Навч. рік</b>	2021-2022 2 семестр	<b>Рік навчання - 4</b>	<b>Тижні</b>	14
<b>Кількість годин</b>	90	<b>Кількість змістових модулів</b>		4	<b>Лекційні заняття – 12 год Практичні заняття – 10 год Самостійна робота – 68 год.</b>	
<b>Вид контролю</b>	Залік					
<b>Посилання на курс в Moodle</b>			<a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11307">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11307</a>			
<b>Консультації:</b>			щочетверга, 12.55-14.15 або за домовленістю чи ел. поштою			

### ОПИС КУРСУ

Дисципліна «NPS-МЕНЕДЖМЕНТ У МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ» є вибірковою навчальною дисципліною, передбаченою планом підготовки фахівців з менеджменту. Курс передбачає ознайомлення з теоретичним підґрунтям та практикою формування лояльності у споживачів, розкриває бачення викладача щодо формування та реалізації програм лояльності на основі довірчих взаємовідносин. Після опанування дисципліни «Управління лояльністю споживачів» стане зрозумілим, як найбільш ефективним способом формувати довірчі взаємовідносини та лояльність у споживачів.

**МЕТА КУРСУ** – Формування у студента спеціальних знань з теорії управління лояльністю споживачів, отримання вмінь і практичних навичок реалізації на підприємствах управлінських функцій з формування споживчої довіри та лояльності, що забезпечить якнайкраще задоволення потреб споживачів, підвищить стійкість підприємства у довгостроковій перспективі та його соціально-економічну ефективність.

Вивчення курсу передбачає поєднання різних форматів та методів навчання:

- інтерактивний формат навчання, основою якого є проведення дебатів, обговорень, дискусій щодо проблемних ситуацій, які мають місце в бізнесі;
- виконання практичних занять, розв'язок ситуаційних завдань індивідуально та в групах.

Курс орієнтований на засвоєння студентами методичного інструментарію щодо обґрунтування управлінських рішень спрямованих на підвищення ефективності бізнесу. Застосування цього інструментарію допоможе студентам підготуватися до написання кваліфікаційної роботи, підготуватися до майбутньої професійної діяльності.

### ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**



- сутність та особливості маркетингу взаємодії, розуміти напрям та механізм впливу окремих факторів на формування прихильності споживачів;
  - значення лояльності споживачів у забезпеченні ефективної діяльності підприємства;
  - типи лояльності та їх особливості;
  - основні способи визначення рівня довіри, прихильності та лояльності споживачів.
  - основні аспекти побудови відносин зі споживачами в межах класичних моделей маркетингу;
  - специфіку маркетингу, що ґрунтується на індивідуальному підході, та роль CRM-маркетингу в управлінні лояльністю споживачів;
  - основні принципи залучення та утримання споживачів та етапи процесу управління формуванням та підтримкою лояльності споживачів;
  - сутність та основні види програм лояльності, етапи процесу розробки програм лояльності;
- вміти:**
- критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах;
  - ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення;
  - проектувати ефективні системи управління організаціями;
  - визначати тип лояльності споживачів;
  - вимірювати ступінь прихильності та лояльності споживачів за допомогою різних методів;
  - визначати цілі CRM-діяльності підприємства;
  - розробляти процеси та процедури управління лояльністю споживачів;
  - розробляти програми лояльності підприємства.

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

1. Критично осмислювати, вибирати та використовувати необхідний науковий, методичний і аналітичний інструментарій для управління в непередбачуваних умовах.
2. Ідентифікувати проблеми в організації та обґрунтовувати методи їх вирішення.
3. Проектувати ефективні системи управління організаціями, в першу чергу в сфері налагодження відносин зі споживачами.
4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї.
5. Застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

1. Управління бізнес-процесами підприємства : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Менеджмент» / [За ред. докт. наук держ. упр., проф. Бікулова Д. Т.]. – Запоріжжя : ЗНУ, 2017. – 456 с.

+ до кожного заняття рекомендуються додаткові джерела (див. Moodle).

## КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

### Поточні контрольні заходи (max 60 балів):

Поточний контроль передбачає такі *теоретичні* завдання:

- усне опитування і обговорення питань курсу (статті, презентації, тези, аналітичні довідки та звіти підприємств тощо);
- тести за пройденим матеріалом в системі Moodle ЗНУ.

Поточний контроль передбачає розробку індивідуального *практичного* завдання (методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення робіт містяться в системі Moodle ЗНУ):

Види контролю і система накопичення балів за виконання поточних контрольних заходів

Вид контрольного заходу Термін виконання заходу	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
Виконання індивідуального практичного завдання. Завдання повинно бути подано на перевірку в електронному вигляді в системі Moodle не пізніше, ніж за 2 тижні до закінчення вивчення курсу.	1	10	10
Усне опитування за теоретичним матеріалом курсу протягом вивчення дисципліни.	5	2	10
Виконання вправ та розв'язання ситуативних практичних завдань.	3	5	15
Самостійне проходження тестів у системі Moodle за матеріалом Змістових розділів. Кожний окремий тест необхідно проходити в перший тиждень після закінчення вивчення відповідної теми.	5	5	25
Усього			60

Критерії оцінювання поточних контрольних заходів:

1) Підготовка індивідуального практичного завдання – творчої роботи. Передбачено виконання 1 завдань, що оцінюється в 10 балів:

- 10 балів – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі;
- 9 балів – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі, однак є певні недоліки в поданні та оформленні матеріалу;
- 8 балів – завдання виконано відповідно до вимог в повному обсязі, однак є певні недоліки здійсненні розрахунків та формулюванні висновків;
- 7 балів – завдання виконано не в повному обсязі (менше 60 %) , частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено без недоліків;
- 6 балів – завдання виконано не в повному обсязі (менше 50 %) , частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено без недоліків;
- 5 балів – завдання виконано не в повному обсязі (менше 40 %) , частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено без недоліків;
- 4 балів – завдання виконано не в повному обсязі (менше 30 %) , частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено без недоліків;
- 3 балів – завдання виконано не в повному обсязі (менше 30 %) , частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з недоліків;
- 2 балів – завдання виконано не в повному обсязі (менше 20 %) , частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з недоліками;
- 1 бал – завдання виконано не в повному обсязі (менше 10 %) , частина питань залишилася не розкритою, матеріал оформлено з суттєвими недоліками;
- 0 балів – завдання не виконано, не подано на перевірку.

2) Тестовий контроль знань передбачає виконання 10 тестових завдань за кожною з тем, кожне питання тесту оцінюється максимально в 0,5 бала:



- 0,5 бала за правильну відповідь;
- 0 балів – неправильна відповідь.
- 3) Опитування за теоретичним матеріалом курсу оцінюється:
  - 2 бали – відповідь правильна, повна, чітка та логічна;
  - 1 бал – відповідь правильна, однак недостатньо повна, з деякими недоліками та з допомогою уточнюючих питань;
  - 0 балів – відповідь неправильна або відсутня.
- 4) Виконання вправ та розв'язання ситуативних практичних завдань:
  - 5 балів – завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, є власні висновки, пропозиції;
  - 4 бали – завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на високому рівні, власні висновки, пропозиції відсутні;
  - 3 бали – завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні;
  - 2 бали – завдання виконано, виявлено знання та практичні навички на достатньому рівні, є помилки в розрахунках;
  - 1 бал – завдання виконано не в повному обсязі, виявлено знання та практичні навички на середньому рівні»
  - 0 балів – завдання не виконано.

**Підсумкові контрольні заходи (max 40 балів):**

Види завдань та система накопичення балів

Вид контрольного заходу	Кількість контрольних заходів	Кількість балів за 1 захід	Усього балів
Контрольне тестування за вивченим матеріалом в системі Moodle	1	25	25
Відповідь на теоретичне запитання з курсу в усній формі	1	10	10
Визначення ключових теоретичних понять курсу в усній формі	2	2,5	5
Усього			40

Критерії оцінювання підсумкового контролю:

- 1) Тестовий контроль знань передбачає виконання залікового тесту в системі Moodle. Загальна кількість завдань в заліковому тесті 50, кожне питання оцінюється в 0,5 бала:
  - 0,5 бала – правильна відповідь;
  - 0 балів – неправильна відповідь.
- 2) Відповідь на теоретичне питання – максимальна оцінка 10 балів:
  - 10 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, зроблено власні висновки;
  - 9 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, подано приклади, власні висновки відсутні;
  - 8 балів – відповідь повна, ґрунтовна, виклад матеріалу логічний, відсутні приклади та власні висновки;
  - 7 балів – відповідь повна, матеріал викладено логічно, структуровано, однак з незначними недоліками, відсутні приклади та власні висновки;
  - 6 балів – відповідь повна, ґрунтовна, однак виклад матеріалу нелогічний, відсутні приклади та власні висновки;
  - 5 балів – відповіді не в повній мірі (більше 50 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;



– 4 бали – відповіді не в повній мірі (до 40 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 3 бали – відповіді не в повній мірі (до 30 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 2 бали – відповіді не в повній мірі (до 20 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 1 бал – відповіді не в повній мірі (до 10 % необхідного обсягу), не всі поняття та терміни знайшли своє відображення у відповіді або визначені невірно, відсутні приклади та власні висновки;

– 0 балів – відповідь відсутня або невірна.

3) Визначення ключових теоретичних понять курсу – передбачає визначення 2 понять:

– 2,5 бали – поняття визначено в повному обсязі;

– 1 бал – поняття визначено з частковими недоліками;

– 0 балів – визначення невірне або відсутнє.

Контрольний захід		Термін виконання	% від загальної оцінки
<b>Поточний контроль (max 60%)</b>			
Змістовий модуль 1	Вид теоретичного завдання: тест 1	тиждень 1-2	5%
	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 2	2%
	Вид практичного завдання: аналіз програм лояльності різних підприємств	тиждень 2	5%
Змістовий модуль 2	Вид теоретичного завдання: тест 2	тиждень 3-4	5%
	Вид теоретичного завдання: тест 3	тиждень 5	5%
	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 4	2%
	Вид практичного завдання: аналіз практики використання CRM-систем в діяльності підприємств	тиждень 5	5%
Змістовий модуль 3	Вид теоретичного завдання: тест 4	тиждень 6	5%
	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 7	2%
	Вид практичного завдання: розрахунок рівня лояльності підприємства	тиждень 8	5%
Змістовий модуль 4	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 10	2%
	Вид теоретичного завдання: тест 5	тиждень 10	5%
	Вид теоретичного завдання: опитування	тиждень 10	2%
	Вид практичного завдання: Виконання індивідуального практичного завдання – розробка програми лояльності підприємства	тиждень 10	10%
<b>Підсумковий контроль (max 40%)</b>			
Контрольне тестування за вивченим матеріалом в системі Moodle		тиждень 12	25%
Відповідь на теоретичне запитання з курсу в усній формі		тиждень 12	10%
Визначення ключових теоретичних понять курсу в усній формі		тиждень 12	5%
Разом			<b>100%</b>



**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 змістового модулю	Контрольний захід	Кількість балів
Змістовий модуль 1			
Тиждень 1-2 Лекція 1	Сутність та особливості маркетингу лояльності		
Тиждень 2 Лекція 2	Довіра як основа формування лояльності		
Тиждень 2 Практичне 1	Консалтинг як вид професійної діяльності	Тестування: самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 1)	5
		Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом	2
		Вид практичного завдання: аналіз програм лояльності різних підприємств	5
Змістовий модуль 2			
Тиждень 3-4 Лекція 3	Методичні засади визначення ступеня довіри, прихильності та лояльності споживачів		
Тиждень 4 Практичне 2	Процес консалтингу: суб'єкти, етапи і характеристики	Тестування: самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 2)	5
		Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом	2
		Вид практичного завдання: аналіз практики використання CRM-систем в діяльності підприємств	5
Тиждень 5 Лекція 4	Моделі відносин підприємства зі споживачами в	Тестування: самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 3)	5





	системі маркетингу лояльності		
Змістовий модуль 3			
Тиждень 6-7 Лекція 5	Управління процесом формування лояльності споживачів		
Тиждень 8 Практичне 3	Дослідження споживачів та конкурентів бізнес-структур	Тестування: самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 4)	5
		Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом	2
		Вид практичного завдання: розрахунок рівня лояльності підприємства	5
Змістовий модуль 4			
Тиждень 8-9 Лекція 6	Розробка програм лояльності: теоретичні аспекти, міжнародний досвід та особливості використання у практиці маркетингу		
Тиждень 10 Практичне 4	Дослідження постачальників, посередників та контактних аудиторій	Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом	2
		Тестування: самостійне проходження тестування в системі Moodle (тест 5)	5
Тиждень 10 Практичне 5	Методи дослідження внутрішнього середовища бізнес-структур	Термінологічний диктант: ознайомлення з теоретичним матеріалом	2
		Вид практичного завдання: Виконання індивідуального практичного завдання – розробка програми лояльності підприємства	10

## ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

### Книги:

1. Барлоу Джанель Скарга – це подарунок. Як зберегти лояльність клієнтів. Пер. з англ. Дмитро Кожедуб. Київ : Наш формат, 2017. 274 с.
2. Гордон Я. Маркетинг партнерських отношений .Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк. Санкт-Петербург : Питер, 2001, 384 с.
3. Данько Т.П. Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Издательство Юрайт, 2018, 521 с. URL : [https://stud.com.ua/176700/marketing/upravlinnya\\_marketingom](https://stud.com.ua/176700/marketing/upravlinnya_marketingom)
4. Малахівська Г.В. Управління лояльністю клієнтів авіакомпаній на засадах соціально-відповідального маркетингу : автореф. дис. ... канд. екон. Наук. Київ, 2019. 21 с.

### Інформаційні ресурси:



---

Періодичні видання України з проблем бізнесу:

1. Бібліотека економічної і ділової літератури. URL : <http://ek-lit.agava.ru/>
2. Економіка і управління на підприємстві: науково-освітній портал. URL : <http://eup.ru>





## РЕГУЛЯЦІЯ І ПОЛІТИКИ КУРСУ

### Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Практичний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання.

Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.

### Умови вивчення курсу:

- активність під час практичних та лекційних занять;
- вчасне виконання контрольних заходів та подання їх на перевірку викладачу у встановлені терміни. В разі несвоєчасного подання робіт можливе нарахування штрафних балів – 0,2 бала за кожний пропущений день;
- дотримання академічної доброчесності при виконанні завдань, передбачених програмою курсу. Списування є неприпустимим;
- доброзичливе та толерантне ставлення до всіх учасників навчального процесу;
- пунктуальність та сумлінність;
- активність студента у здійсненні наукової діяльності, участь у науково-практичних заходах за тематикою курсу. Може оцінюватися бонусними балами (кількість балів на розсуд викладача).

### Політика академічної доброчесності

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це *плагіат*. Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтесь з викладачем. До студентів, у роботах яких буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. посилання на Кодекс академічної доброчесності ЗНУ в додатку до силабусу).

### Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Телефони та інші засоби зв'язку повинні використовуватися в беззвучному режимі. Бажаним є мінімальне користування мобільними телефонами та іншими гаджетами. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем).

### Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.

Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або питання потребує термінового розгляду, в якості більш оперативного засобу зв'язку можуть використовуватися: електронна пошта, Viber, Telegram

У повідомленнях обов'язково вказується прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.



## 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 методу 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/yvcds57la>.

**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/yvfw9v>. 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](mailto:moodle.znu@gmail.com), Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - [alexvasik54@gmail.com](mailto:alexvasik54@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/ocnu/nim>

**Школа Конфуція (вивчення китайської мови):** <http://sites.znu.edu.ua/confucius>