

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ



ЗАТВЕРДЖУЮ
В. о. декана економічного факультету
В. М. Гельман
«29» вересня 2024 року

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
АНАЛІЗ ТА ЗАСТОСУВАННЯ ДИРЕКТ-МАРКЕТИНГУ

підготовки магістрів
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма «Маркетинг»
спеціальності 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

ВИКЛАДАЧ: Линенко Андрій Володимирович, кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і маркетингу

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри управління персоналом
і маркетингу
Протокол № 1
від 29 серпня 2024 року
Завідувач кафедри

_____ М. М. Іванов

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
В. В. Малтиз

2024 рік



Зв'язок із викладачем:

E-mail: konf.econom.znu@gmail.com

СЕЗН ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=12602>

Телефон: 0612287649

Інші засоби зв'язку: Telegram, Viber, Zoom за попередньою домовленістю

Кафедра управління персоналом і маркетингу, просп. Соборний, 74, п'ятий корпус
Запорізького національного університету, аудиторія 218-а (другий поверх)

1. Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Аналіз та застосування директ-маркетингу» є необхідною складовою частиною циклу професійної підготовки освітньої програми. Вона дає можливість опанувати основні аспекти ухвалення обґрунтованих маркетингових рішень, сформулювати систему спеціальних знань у сфері директ-маркетингу, а також розвинути в студентів професійні якості, навички та фахове аналітичне мислення. Навчальна дисципліна «Аналіз та застосування директ-маркетингу» розрахована на студентів першого курсу магістратури економічного факультету.

Метою навчальної дисципліни «Аналіз та застосування директ-маркетингу» є надання системних теоретичних знань і формування відповідних практичних навичок щодо аналізу та застосування сучасного директ-маркетингу.

Завдання навчальної дисципліни «Аналіз та застосування директ-маркетингу»: з'ясування сутності та напрямів управління директ-маркетингом; вивчення характеру впливу сучасних соціально-економічних процесів на застосування директ-маркетингу; узагальнення зарубіжної та національної практики управління сучасним директ-маркетингом; освоєння новітніх методичних підходів до аналізу директ-маркетингу; пошук можливостей для запровадження та реалізації нового інструментарію директ-маркетингу. Предметом навчальної дисципліни є діяльність щодо аналізу та застосування директ-маркетингу, а також причинно-наслідкові зв'язки в економічній діяльності, що прямо чи опосередковано впливають на сучасний директ-маркетинг.

Навчальна дисципліна «Аналіз та застосування директ-маркетингу» належить до циклу професійної підготовки освітньої програми та ґрунтується на знаннях, отриманих під час здобуття вищої освіти бакалаврського освітньо-кваліфікаційного рівня, поглиблюючи їх. Згідно зі структурно-логічною схемою підготовки здобувачів вищої освіти ця навчальна дисципліна вивчається після опанування навчальних дисциплін «Глобальний маркетинг», «Маркетингове планування на діловому ринку», «Методи прийняття рішень в маркетингу», і паралельно з вивченням навчальних дисциплін «Маркетингові комунікації в Інтернет та соціальних мережах», «Статистична інформація та технології маркетингових досліджень», «Цифровий брендинг».

**Паспорт
навчальної дисципліни**

Нормативні показники	Денна форма здобуття освіти	Заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Обов'язкова	
Семестр	Другий	Другий
Кількість кредитів ECTS	3	3
Кількість годин	90	90
Лекційні заняття, годин	24	4
Практичні заняття, годин	12	4

Нормативні показники	Денна форма здобуття освіти	Заочна форма здобуття освіти
Самостійна робота, годин	54	82
Консультації	Щопонеділка та щочетверга з 15:00 до 16:00, ідентифікатор Zoom 4303684290, код доступу 1234, посилання-запрошення https://cutt.ly/uCh9UcA (дистанційно)	
Вид підсумкового семестрового контролю	Залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=12602	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності, результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу 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 СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу Р3. Планувати і здійснювати власні дослідження у	Репродуктивні методи навчання (лекції, пояснення, робота з навчально-методичними матеріалами) Наочні методи навчання (демонстрації та ілюстрації: алгоритми схеми, графіки) Метод проблемного викладу (постановка проблем і розкриття доказового шляху їхнього вирішення) Дискусійні методи Доповіді з презентаціями Практичні методи (складання схем, таблиць, виконання вправ тощо) Метод навчання з використанням інтернет-	Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти магістерського рівня здійснюється за накопичувальною стобальною шкалою, національною шкалою і шкалою ECTS Контрольні заходи: усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи, написання есе, тестова перевірка, групові ситуаційні завдання, виступи студентів із презентаціями Поточний контроль

Компетентності, результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації Р5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм Р13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	технологій (сучасне електронне навчання) Науково-дослідний (частково пошуковий) метод навчання Самостійна робота здобувачів вищої освіти Підготовка проєктів і науково-дослідних робіт, зокрема для участі в студентських конкурсах, олімпіадах	проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування Підсумковий контроль, а саме залік, зокрема за допомогою тестування

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Сутність, переваги та недоліки й аналітичне забезпечення директ-маркетингу

Тема 1. Сутність, необхідність і завдання директ-маркетингу. Сутність і завдання директ-маркетингу. Переваги та недоліки директ-маркетингу. Основні етапи застосування директ-маркетингу. Аналітичне забезпечення директ-маркетингу.

Тема 2. Особливості формування та актуалізації баз даних у директ-маркетингу. RFM-аналіз у директ-маркетингу. Сегментація в директ-маркетингу. Застосування моделі AIDA в директ-маркетингу. Основні тригери в директ-маркетингу.

Тема 3. Мотиваційно-комунікаційні схеми в директ-маркетингу. CRM-системи в директ-маркетингу. Сучасні можливості автоматизації процесів у директ-маркетингу. Омніканальні комунікації в директ-маркетингу. Онбординг у директ-маркетингу. Специфіка директ-маркетингу B2C. Особливості директ-маркетингу B2B.

Змістовий модуль 2. Сучасні стратегії та оцінювання ефективності заходів директ-маркетингу

Тема 4. Основні інструменти директ-маркетингу. Інструменти директ-маркетингу. Способи персоналізації маркетингових комунікацій у директ-маркетингу. Використання мобільних застосунків у директ-маркетингу. Комунікації за допомогою месенджерів у директ-маркетингу. Прямий продаж і прямий маркетинг. Директ-маркетинг і брендинг. SMM і директ-маркетинг.

Тема 5. Сучасні стратегії директ-маркетингу. Стратегії директ-маркетингу. Ретеншн-стратегії в директ-маркетингу. Оцінювання ефективності заходів директ-маркетингу.

Бенчмаркінг-аналіз для розвитку директ-маркетингу.

Тема 6. Цифрові трансформації та розвиток інтерактивного директ-маркетингу.

Розвиток інтерактивного директ-маркетингу. Аутсорсинг директ-маркетингу: переваги та недоліки. Сучасні тенденції розвитку директ-маркетингу в Україні, а також у світі.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
Лекція	Тема 1. Сутність, необхідність і завдання директ-маркетингу	2	2	Щотижня, тиждень 1
Практичне заняття	Тема 1. Сутність, необхідність і завдання директ-маркетингу Перелік питань, завдань: сутність і завдання директ-маркетингу; переваги та недоліки директ-маркетингу; основні етапи застосування директ-маркетингу; аналітичне забезпечення директ-маркетингу	2		1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Лекція	Тема 1. Сутність, необхідність і завдання директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 1. Сутність, необхідність і завдання директ-маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	14	
Лекція	Тема 2. Особливості формування та актуалізації баз даних у директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 1
Практичне заняття	Тема 2. Особливості формування та актуалізації баз даних у директ-маркетингу Перелік питань, завдань: RFM-аналіз у директ-маркетингу; сегментація в директ-маркетингу; застосування моделі AIDA в директ-маркетингу; основні тригери в директ-маркетингу	2		1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Лекція	Тема 2. Особливості формування та актуалізації баз даних у директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 2. Особливості формування та актуалізації баз даних у директ-маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних	9	14	

Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
	задач, кейси, презентація власних досліджень			
Лекція	Тема 3. Мотиваційно-комунікаційні схеми в директ-маркетингу	2	2	Щотижня, тиждень 1
Практичне заняття	Тема 3. Мотиваційно-комунікаційні схеми в директ-маркетингу Перелік питань, завдань: CRM-системи в директ-маркетингу; сучасні можливості автоматизації процесів у директ-маркетингу; омніканальні комунікації в директ-маркетингу; онбординг у директ-маркетингу; специфіка директ-маркетингу B2C; Особливості директ-маркетингу B2B	2		1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Лекція	Тема 3. Мотиваційно-комунікаційні схеми в директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 3. Мотиваційно-комунікаційні схеми в директ-маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	12	
Лекція	Тема 4. Основні інструменти директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 1
Практичне заняття	Тема 4. Основні інструменти директ-маркетингу Перелік питань, завдань: інструменти директ-маркетингу; способи персоналізації маркетингових комунікацій у директ-маркетингу; використання мобільних застосунків у директ-маркетингу; комунікації за допомогою месенджерів у директ-маркетингу; прямий продаж і прямий маркетинг; директ-маркетинг і брендинг; SMM і директ-маркетинг	2	2	1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Лекція	Тема 4. Основні інструменти директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 4. Основні інструменти директ-маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних	9	14	



Вид заняття, роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом (денна)
		денна	заочна	
	задач, кейси, презентація власних досліджень			
Лекція	Тема 5. Сучасні стратегії директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 1
Практичне заняття	Тема 5. Сучасні стратегії директ-маркетингу Перелік питань, завдань: стратегії директ-маркетингу; ретеншн-стратегії в директ-маркетингу; оцінювання ефективності заходів директ-маркетингу; бенчмаркінг-аналіз для розвитку директ-маркетингу	2		1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Лекція	Тема 5. Сучасні стратегії директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 5. Сучасні стратегії директ-маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	14	
Лекція	Тема 6. Цифрові трансформації та розвиток інтерактивного директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 1
Практичне заняття	Тема 6. Цифрові трансформації та розвиток інтерактивного директ-маркетингу Перелік питань, завдань: розвиток інтерактивного директ-маркетингу; аутсорсинг директ-маркетингу: переваги та недоліки; сучасні тенденції розвитку директ-маркетингу в Україні, а також у світі	2	2	1 раз на 2 тижні, тиждень 2
Лекція	Тема 6. Цифрові трансформації та розвиток інтерактивного директ-маркетингу	2		Щотижня, тиждень 2
Самостійна робота	Тема 6. Цифрові трансформації та розвиток інтерактивного директ-маркетингу Завдання для виконання: розв'язання вправ і практичних задач, кейси, презентація власних досліджень	9	14	

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
Поточний контроль				
Практичне заняття 1	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичне заняття 2	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичне заняття 3	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичне заняття 4	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Практичне заняття 5	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції,	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано	10

Вид заняття, роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу	Критерії оцінювання та термін виконання	Усього балів
	результатів власних досліджень	проаналізувати програми	переконувати на свою користь – 3 бали	
Практичне заняття 6	Розв'язання вправ і практичних задач, зокрема із сучасним програмним забезпеченням, прикладні кейси, презентація результатів власних досліджень	Результати оформити за допомогою презентації, підготувати виступ із аргументами на користь обраної позиції, проаналізувати програми	Обґрунтовані рішення оцінюватимуться в 4 бали, вміння презентувати власні результати – 3 бали, здатність аргументовано переконувати на свою користь – 3 бали	10
Усього за поточний контроль				60
Підсумковий контроль				
Залік	Теоретичний підсумковий контроль як усна відповідь на заліку, що передбачає розгорнуте висвітлення питань і розв'язання тестових завдань	Перелік питань міститься на сторінці навчального курсу «Аналіз та застосування директ-маркетингу» у СЕЗН ЗНУ: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=12602	Усна відповідь на заліку, що передбачає розгорнуте висвітлення питань (максимум 20 балів) та розв'язання 10 тестових завдань (максимум 10 балів)	30
	Підсумкове практичне завдання щодо розв'язання задач	Типові задачі містяться на сторінці навчального курсу «Аналіз та застосування директ-маркетингу» у СЕЗН ЗНУ: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=12602	За розв'язання 2 задач передбачається 10 балів (максимум 5 балів за кожену)	10
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)		

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
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

1. Doole I., Lowe R., Kenyon A. International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation. 9th ed. Andover : Cengage, 2022. 511 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052042.pdf>.
2. Principles of Marketing. Minneapolis : University of Minnesota Libraries Publishing, 2021. 519 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047435.pdf>.
3. Зозульов О. В., Царьова Т. О., Гавриш Ю. О. Маркетинг: навчально-методичний комплекс : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 298 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053868.pdf>.
4. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 259 с.
5. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / за ред. О. П. Косенко. Харків : Оберіг, 2023. 1155 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052013.pdf>.
6. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика : підручник. Луцьк : Волиньполіграф, 2022. 408 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0052126.pdf>.
7. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посіб. Львів : Львівський нац. ун-т ім. Івана Франка, 2020. 347 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053867.pdf>.
8. Burnett J. Introducing Marketing. 2019. 291 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047434.pdf>.
9. Lynenko A., Kasian S., Kaplun V. Development of logistics and effective marketing communications of holding companies on international markets. *Економічний вісник державного вищого навчального закладу «Український державний хіміко-технологічний університет»*. 2023. № 2. С. 93–99.
10. Promotion and Marketing Communications / edited by U. Ayman, A. K. Kaya. London : IntechOpen, 2020. 193 p. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0052811.pdf>.
11. Линенко А. В., Жижома Я. I. Problems and prospects for the development of marketing communications in financial institutions in the wake of digitalization in the minds of the russian-Ukrainian war. *Majesty of Marketing* : матеріали XIX міжнар. наук.-практ. конф. м. Дніпро, 7 грудня 2023 р. Дніпро : Дніпровська політехніка, 2023. С. 251–252.
12. Линенко А. В., Ракша О. А. Сучасні можливості автоматизації процесів у директ-маркетингу. *Управління соціально-економічним розвитком регіонів і держави* : зб. матеріалів XVII Міжнар. наук.-практ. конф. м. Запоріжжя, 20–21 квітня 2023 р. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. С. 244–246.
13. Линенко А. В., Ярошук І. О. Розвиток директ-маркетингу в АТ «УКРСИББАНК». *Інтеграція освіти, науки і бізнесу* : монографія / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. Т. 13. С. 48–52.
14. Маркетинг : навч. посіб. / А. В. Гевчук, Н. В. Поліщук, А. М. Танасійчук та ін. Вінниця : Меркьюрі-Поділля, 2019. 290 с. URL: <http://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi73/0053866.pdf>.
15. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва



та ін. ; під заг. ред. Н. В. Попової. Харків : Факт, 2020. 315 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi64/0047901.pdf>.

16. Новосельчук Н. Є. Зовнішня реклама у міському просторі – проблемні питання та рекомендації щодо розташування. Науковий вісник будівництва. 2020. № 2 (100). С. 65–72. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/2021/NVB/NVB2020n2/12.pdf>.

17. Янчук Т. В., Любінчак К. Р. Прямий маркетинг в Україні: основні проблеми та перспективи розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1768>.

Інформаційні ресурси

1. Ukrainian Association of Direct Marketing. URL: <http://www.uadm.com.ua> (дата звернення: 28.08.2024).

2. Єдина платформа для маркетингу та продажів. URL: <https://sendpulse.ua> (дата звернення: 28.08.2024).

3. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index> (дата звернення: 28.08.2024).

4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 28.08.2024).

5. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://uam.in.ua/ukr> (дата звернення: 28.08.2024).

6. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua> (дата звернення: 28.08.2024).

7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять і регуляція пропусків

Відвідування всіх занять є обов'язковим. Ліквідація студентами заборгованості з пропущених занять здійснюється за окремим графіком або під час консультацій.

Політика академічної доброчесності

Студенти, що вдалися до списування, плагіату чи інших проявів недоброчесної поведінки за написання есе, отримують нуль балів відповідно до Кодексу академічної доброчесності Запорізького національного університету:

https://www.znu.edu.ua/docs/kodeks_akadem_chnoyi_dobrochesnost____.pdf

Використання комп'ютерів і мобільних телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншими персональними гаджетами дозволяється виключно за умови застосування їх в навчальних цілях. Під час виконання контрольних заходів (наприклад, тестів) використання гаджетів дозволяється виключно за умови застосування їх для налагодження комунікації із викладачем. У разі порушення цієї заборони відповідний вид контрольного заходу оцінюється у нуль балів.

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється за допомогою повідомлень у СЕЗН ЗНУ, на електронну пошту викладача, в месенджерах Telegram і Viber. Викладач відповідатиме на запити студентів у термін до трьох робочих днів. Запитання студентів мають стосуватися вивчення курсу «Аналіз та застосування директ-маркетингу» і бути чіткими та лаконічними.

Визнання результатів неформальної та інформальної освіти

Право на визнання результатів навчання у неформальній, інформальній освіті поширюється на здобувачів вищої освіти всіх рівнів:

https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_porya_dok_viznannya_rezul_tat_v_navchannya.pdf

За наявності сертифіката (свідоцтва, програми тощо) про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвищення кваліфікації та ін. з тематики (однієї з тем, змістового модуля) навчальної дисципліни залежно від кількості прослуханих годин (здобутих кредитів) здобувачу може бути нараховано до 35 балів. Дотичність тематики, відповідність досягнутих результатів навчання та кількість додаткових балів визначаються викладачем. Документи, що підтверджують участь здобувача у відповідних заходах, мають бути подані викладачу до початку сесії.

Додаткова інформація

Графік освітнього процесу 2024-2025 навчального року 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 0612281584, 0992537873 (щоденно з 9:00 до 21:00).

Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції Запорізького національного університету Банах Віктор Аркадійович, гаряча лінія 0612271276, факс 0612271288, v_banakh@znu.edu.ua

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 0612287511 (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 8:00 до 16:00.

Система електронного забезпечення навчання ЗНУ:

<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль або логін, надішліть 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 СЕЗН 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:

<https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>