**Бенчмаркетинг і конкурентні переваги**

**Викладач:** *к.е.н., доцент* *Лепьохін Олександр Васильович*

## **Кафедра:** [*фінансів, банківської справи та страхування*](https://www.znu.edu.ua/ukr/university/departments/economy/kafedri/kafedra_finansiv_ta_kreditu)*, 5 корпус, ауд. 218*

**E-mail:** *lepekhyn@ukr.net*

**Телефон:** *067-555-37-37*

**Інші засоби зв’язку:** *Viber (067-555-37-37).*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Освітня програма, рівень вищої освіти** | | Маркетинг; бакалавр | | | | | |
| **Статус дисципліни** | | Вибіркова | | | | | |
| **Кредити ECTS** | 4 | **Навч. рік** | 2021-2022 10 семестр | **Рік навчання - 5** | | **Тижні** | 12 |
| **Кількість годин** | 120 | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | | **6** | **Лекційні заняття – 6 год**  **Лабораторні заняття – 6 год**  **Самостійна робота – 108 год.** | | |
| **Вид контролю** | ***Залік*** | | | |  | | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | *https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6398* | | | | |
| **Консультації:** | | | *– за розкладом викладачів кафедри*  *– в дні практичних занять*  *– за попередньою домовленістю* | | | | |

**ОПИС КУРСУ**

*Бенчмаркетинг (бенчмаркінг) являє собою добре розвинений метод аналогій; мистецтво виявлення, вивчення, вдосконалення та застосування успішних методів і технологій лідерів; інноваційний елемент маркетингового управління, спрямований на досягнення і зміцнення конкурентних переваг; сучасну концепцію конкурентоспроможності. При застосуванні цього напряму маркетингу відпадає необхідність витрачати час і ресурси на винайдення колеса. Орієнтація на надійний і випробуваний практичний досвід дозволяє зменшити ризики. Цінність бенчмаркетингу полягає в тому, що вивчаючи досягнення і прорахунки конкурентів, можна розробити власну модель, яка буде максимально ефективною. Крім того, бенчмаркетинг дозволяє створити безперервну систему вдосконалень і поліпшень, забезпечивши підприємству постійний розвиток і стійкість конкурентних переваг, що надзвичайно важливо, оскільки конкуренти не стоять на місці і так само орієнтовані на успіх.*

***Метою*** *– є формування у студентів системи знань у галузі маркетингових прийомів формування й управління бенчмаркетингом, засвоєння теоретико-методичних основ бенчмаркетингу як однієї з найбільш ефективних сучасних технологій досягнення конкурентних переваг та оволодіння навичками практичного застосування його аналітичного інструментарію для підвищення конкурентоспроможності підприємства та якості його управління.*

*Основними* ***завданнями*** *вивчення дисципліни «Бенчмаркетинг і конкурентні переваги» є: засвоєння основних понять, категорій та алгоритмів бенчмаркетингу; оволодіння сучасними методами та інструментами бенчмаркетингу з метою обґрунтування широкого кола управлінських рішень; набуття умінь і навичок, спрямованих на аналітичне забезпечення розв’язання управлінських завдань і виконання відповідних функцій на рівні окремого підприємства; розвиток здатностей до творчого пошуку напрямків і резервів удосконалення виробничо-господарської діяльності підприємства з урахуванням вимог конкурентного середовища та запитів споживачів.*

**ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

***ЗК3****. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.*

***ЗК4****. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.*

***СК11.*** *Здатність аналізувати поведінку ринкових суб’єктів та визначати особливості функціонування ринків.*

***ПРН2.*** *Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.*

***ПРН12****. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.*

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

*Конспекти лекцій, методичні рекомендації до самостійної роботи розміщені на платформі Moodle: https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=6398.*

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

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

*Поточний контроль передбачає такі* ***теоретичні*** *завдання:*

* *усне опитування за темами лекційних занять і презентація доповідей.*
* *теоретичні**тести за пройденим матеріалом**– 2 тести по 10 балів кожен (за 1-й і 2-й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle).*

*Поточний контроль передбачає таке* ***практичне*** *завдання:*

* *розв’язання ситуаційних вправ.*

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

***Підсумковим контрольним заходом*** є **залік.**

Критерії оцінювання заліку (залікова робота). Максимальна оцінка, яку студент може отримати за екзамен, складає 40 балів. Залікова робота містить два завдання: теоретичне і практичне, кожне з яких оцінюється в 20 балів.

Результат виконання студентом кожного теоретичного завдання оцінюється за такою шкалою:

- 20 балів ( максимальна оцінка): студент правильно відповів на теоретичне питання;

- 19-15 балів: студент дав неповну відповідь без суттєвих помилок або з незначними помилками;

- 14-9 балів: студент отримує у випадку, якщо він відповідає не менше ніж на 30 % питання, зокрема знає тільки визначення понять та з загальних рисах може відповісти на поставлене запитання;

- 8-3 бали: студент отримує у випадку, якщо він знає тільки визначення понять;

- 0 балів: студент не відповів на питання або дав не правильну відповідь.

Результат виконання практичного завдання (ситуаційної вправи) оцінюється за такою шкалою:

- 20 балів (максимальна оцінка): студент правильно та у повному обсязі розв’язав вправу і зробив висновки;

- 19-12 балів: студент розв’язав вправу не в повному обсязі з незначними помилками;

- 11-7 балів: студент розв’язав вправу не в повному обсязі із значними помилками;

- 6-2 бали: студент не розв’язав вправу, але зробив спробу зробити висновки;

- 0 балів: студент отримує у випадку, якщо він не розв’язав вправу.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| За шкалоюECTS | За шкалою університету | За національною шкалою |
| Залік |
| A | 90 – 100 (відмінно) | 5 (відмінно) |
| 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) |
| F | 1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Контрольний захід** | | **Термін виконання** | **% від загальної оцінки** |
| **Поточний контроль (max 60%)** | |  |  |
| *Змістовий модуль 1* | *Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі* | тиждень 1-2 | 2 % |
| *Вид практичного завдання:* *Підготовка доповідей та презентацій за темою 1 змістового модуля 1* | тиждень 1-2 | 5% |
| *Змістовий модуль 2* | *Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі* | тиждень 3-4 | 2 % |
| *Вид практичного завдання:* *Підготовка доповідей та презентацій за темою 2 змістового модуля 2* | тиждень 3-4 | 5% |
| *Змістовий модуль 3* | *Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі; тестування за змістовими модулями 1-3 на платформі Moodle* | тиждень 5-6 | 11 % |
| *Вид практичного завдання:* *Підготовка доповідей та презентацій за темами 3 і 4 змістового модуля 3* | тиждень 5-6 | 5% |
| *Змістовий модуль 4* | *Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі* | тиждень 7-8 | 2 % |
| *Вид практичного завдання:* *Підготовка доповідей та презентацій за темами 5 і 6 змістового модуля 4* | тиждень 7-8 | 5% |
| *Змістовий модуль 5* | *Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі* | тиждень 9-10 | 2 % |
| *Вид практичного завдання:* *Підготовка доповідей та презентацій за темами 7 і 8 змістового модуля 5* | тиждень 9-10 | 5% |
| *Змістовий модуль 6* | *Вид теоретичного завдання: усне опитування на парі; тестування за змістовими модулями 4-6 на платформі Moodle* | тиждень 11-12 | 11 % |
| *Вид практичного завдання:* *Підготовка доповідей та презентацій за темою 9 змістового модуля 6* | тиждень 11-12 | 5% |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | | - | - |
| *Підсумкове теоретичне завдання:* ***залік (на Moodle)*** | | тиждень 13 | 20% |
| *Підсумкове практичне завдання:* ***залік (на Moodle)*** | | тиждень 13 | 20% |
| **Разом** | |  | **100%** |

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень**  **і вид заняття** | **Тема заняття** | **Контрольний захід** | **Кількість балів** |
| **Змістовий модуль 1. Теоретичні основи бенчмаркетингу** | | | |
| Тиждень 1-2 |  |  |  |
| Лекція 1 | Теоретичні основи бенчмаркетингу | Усне опитування за змістовим модулем 1 | 2 |
| Практичне заняття 1 | Теоретичні основи бенчмаркетингу | Форма звіту: Доповідь у друкованому вигляді та її презентація за темою 1 | 5 |
| **Змістовий модуль 2. Етапи становлення бенчмаркетингу. Види бенчмаркетингу** | | | |
| Тиждень 3-4 |  |  |  |
| Лекція 2 | Етапи становлення бенчмаркетингу. Види бенчмаркетингу | Усне опитування за змістовим модулем 2 | 2 |
| Практичне заняття 2 | Види бенчмаркетингу | Форма звіту: Доповідь у друкованому вигляді та її презентація за темою 2 | 5 |
| **Змістовий модуль 3. Маркетингові та польові дослідження** | | | |
| Тиждень 5-6 |  |  |  |
| Лекції 3-4 | Маркетингові та польові дослідження.  Основні етапи процесу бенчмаркетингу | Усне опитування за змістовим модулем 3 | 1 |
| Практичне заняття 3 | Маркетингові та польові дослідження. Етапи процесу бенчмаркетингу | Форма звіту: Доповідь у друкованому вигляді та її презентацій за темами 3, 4 | 5 |
|  | Підсумковий півсеместровий контроль (теоретичний) | Тестування за змістовими модулями 1-3 на платформі Moodle | 10 |
| **Змістовий модуль 4. Конкурентна розвідка та порівняльний конкурентний аналіз.**  **Оцінка середовища при бенчмаркетингу** | | | |
| Тиждень 7-8 |  |  |  |
| Лекції 5-6 | Конкурентна розвідка та порівняльний конкурентний аналіз. Оцінка середовища при бенчмаркетингу | Усне опитування за змістовим модулем 4 | 2 |
| Практичне заняття 4 | Порівняльний конкурентний аналіз. Оцінка середовища | Форма звіту: Доповідь у друкованому вигляді та її презентацій за темами 5, 6 | 5 |
| **Змістовий модуль 5. Стратегічний аналіз та інструменти стратегічного бенчмаркетингу.**  **Операційний аналіз та інструменти операційного бенчмаркетингу** | | | |
| Тиждень 9-10 |  |  |  |
| Лекції 7-8 | Стратегічний аналіз та інструменти стратегічного бенчмаркетингу.  Операційний аналіз та інструменти операційного бенчмаркетингу | Усне опитування за змістовим модулем 5 | 2 |
| Практичне заняття 5 | Особливості стратегічного та операційного аналізів | Форма звіту: Доповідь у друкованому вигляді та її презентацій за темами 7, 8 | 5 |
| **Змістовий модуль 6. Формування управлінської діяльності на підприємстві** | | | |
| Тиждень 11-12 |  |  |  |
| Лекція 9 | Формування управлінської діяльності на підприємстві | Усне опитування за змістовим модулем 6 | 1 |
| Практичне заняття 6 | Формування управлінської діяльності на підприємстві | Форма звіту: Доповідь у друкованому вигляді та її презентацій за темою 9 | 5 |
|  | Підсумковий півсеместровий контроль (теоретичний) | Тестування за змістовими модулями 4-6 на платформі Moodle | 10 |

***Основні джерела:***

1. *Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник. Київ : Знання, 2009. 470 с.*
2. *Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 440 с.*
3. *Захарченко В.І., Корсікова Н.М., Меркулов М.М. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 448 с.*
4. *Ліпкан  В.А. Національна безпека України : навчальний посібник. 2-ге вид. Київ : КНТ, 2009. 576 с.*
5. *Мостенська Т.Л. Основи маркетингу : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2006. 240 с.*
6. *Палеха Ю.І., Горбань Ю.І. Інформаційний бізнес : підручник. Київ : Вид-во Ліра, 2015. 492 с.*
7. *Турченюк  М.О., Швец М.Д. Маркетинг : підручник. Київ : Знання, 2011. 319 с.*
8. *Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась та ін. Київ : КНЕУ, 2006. 527 с.*

***Додаткова:***

1. *Беседіна А.О. Конкурентна розвідка в системі забезпечення стратегічного розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2012. №10. С. 277–279.*
2. *Бублик М.І., Хім’як М.М., Лібер М.В. Бенчмаркінг як спосіб одержання конкурентних переваг. Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. 2009. Вип. 19.5. С. 136–139.*
3. *Герасимчук Л.М., Паньковська Л.С. Бенчмаркінг на підприємстві в умовах глобалізації. Вісник Хмельницького національного університету. Хмельницький, 2011. №3. Т.3. С. 99–103.*
4. *Гончарук А.Г. Бенчмаркінг як метод управління ефективністю підприємства. Труды Одесского политехнического университета. Одесса, 2007. Вып. 1(27). С. 253–258.*
5. [*Диденко Е.А.*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=fullwebr&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=A=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%94%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%95$)*, Крисюк Ю.О., Бенчмаркінг в системі управління організацією.* [*Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9671512:%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD.%20%D0%BD.)*. 2015. № 4. С. 20–26.*
6. *Дячок І., Тепла М. Бенчмаркінг як інструмент вдосконалення бізнесу : суть, види та особливості проведення. Вісник Львівського університету. Серія економічна. Львів, 2010. Вип. 44. С. 595–605.*
7. *Кирик О.А. Бенчмаркінг як інструмент пошуку інновацій.*[*Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9673543)*. Бердянськ, 2013. № 1. С. 49–52.*
8. *Кирич Н.Б., Шведа Н.М. Бенчмаркінг як ефективна технологія створення конкурентних переваг підприємств України. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики : матеріали ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 19-20 верес. 2013. Львів : Друк Арт, 2013. С. 106–107.*

## *Колосок А.М., Скорук О.В., Блеянюк І.Я. Конкурентна розвідка як елемент комплексної системи фінансово-економічної безпеки підприємства. Економіка та управління підприємствами. Мукачів, 2016. Вип. 14. С. 394–398.*

1. *Морщенок  Т. С. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур. Економіка і суспільство. 2017.  № 9. С. 533–540.*
2. *Мужанова Т.М. Конкурентна розвідка як інструмент інформаційно-аналітичного супроводу забезпечення інформаційної безпеки підприємства. Економіка та суспільство. 2018. №16. С. 425–431.*
3. *Пилипчук В.П., Шиманська А.А. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності маркетингової діяльності промислового підприємства.*[*Молодий вчений*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%96101120)*. 2015. № 9(2). С. 13–17.*
4. *Тарнавська О.Б., Попович Д.В. Бенчмаркінг як дієвий інструмент управління ефективністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. № 4. С. 544–546.*
5. *Турович А.А. Перспективи розвитку бенчмаркінгу в Україні.*[*Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Економіка*](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?Z21ID=&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=JUU_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=IJ=&S21COLORTERMS=1&S21STR=%D0%9669992:%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD.)*. 2010. Вип. 14. С. 543–549.*
6. *Шевченко О.М., Братусь Ю.М. Економічна сутність бенчмаркінгу та його роль у інноваційному розвитку підприємства. Бізнес Інформ. 2014. № 4. С. 64–67.*

***Інформаційні джерела****:*

1. *Майорова Н.І. Маркетинговий аналіз: сертифікований курс. URL:* [*http://dn.khnu.km.ua/dn/k\_default.aspx?M=k0401&T=08&lng=1&st=0*](http://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k0401&T=08&lng=1&st=0)*.*

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

**Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

*Відвідування занять є обов’язковим компонентом навчання. За об’єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу. Усі контрольні заходи повинні бути виконані та здані до початку залікового тижня у зазначені терміни, роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-1 бал). Перескладання заліку відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).*

**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, порадьтеся 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**

*Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, отримання довідкової інформації тощо). Студент повинен активувати режим «без звуку» до початку заняття.*

*Під час виконання заходів контролю (контрольних тестів, заліку) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.*

**Комунікація**

*Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.*

*Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт, регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж п’яти робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам».*

*Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направляйте текст на електронну адресу lepekhyn@ukr.net, або текстове повідомлення за допомогою сервісів Viber.*

***ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2021-2022 рр.***

***ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2021-2022 н. р.*** *(посилання на сторінку сайту ЗНУ)*

***АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ.*** Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених ***Кодексом академічної доброчесності ЗНУ*:** <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. *Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти* (додається в обов’язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

***НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.*** Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід’ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до *Положення про організацію та методику проведення поточного та підсумкового семестрового контролю навчання студентів ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9tve4lk>**.**

***ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ.*** Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (в тому числі проходження практики чи виконання курсової роботи) за результатами однієї екзаменаційної сесії є підставою для надання студенту права на повторне вивчення зазначених навчальних дисциплін. Порядок повторного вивчення визначається *Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9pkmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання навчального плану, регламентуються *Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

***НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА.*** Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється *Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті*: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

***ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ.*** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов’язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються *Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/ycyfws9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: *Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; *Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

***ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА.*** Телефон довіри практичного психолога (061)228-15-84 (щоденно з 9 до 21).

***ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ.*** Уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції (Воронков В. В., 1 корп., 29 каб., тел. +38 (061) 289-14-18).

***РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ.*** Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь-ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

***РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. Наукова бібліотека***: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п`ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

***ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): https://moodle.znu.edu.ua***

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

· для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна

· для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015.

***Центр інтенсивного вивчення іноземних мов***: http://sites.znu.edu.ua/child-advance/

***Центр німецької мови, партнер Гете-інституту***: https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim

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

1. **Кількість змістових модулів визначається за формулою: ЗМ= (ЗКК-1К)х2, де ЗМ – змістові модулі, ЗКК – загальна кількість кредитів, 1К – 1 кредит, що відводиться на підсумковий семестровий контроль.** [↑](#footnote-ref-1)
2. *Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!* [↑](#footnote-ref-2)