

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

Гельман В.М.

« 25 » 2025



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПРИВАБЛИВОСТІ БРЕНДУ

підготовки магістрів
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма "Маркетинг"
галузі знань 07 Управління та адміністрування

ВИКЛАДАЧ Малтиз Вікторія Віталіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу

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

[Signature]
(підпис)

В.В.Малтиз
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

[Signature]
(підпис)

В.В.Малтиз
(ініціали, прізвище)

2025 рік

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Контент маркетинг для привабливості бренду»



Викладач: кандидат економічних наук, доцент Малтиз Вікторія Віталіївна

Кафедра: Кафедра управління персоналом і маркетингу, 5 корпус, ауд.218-А

Е-mail: *ma.viktorija@ukr.net*

Телефон: *(061)228-76-25 (кафедра)*

Інші засоби зв'язку: *Viber Google Meet, Facebook Messenger, WhatsApp, Telegram – за вибором викладача*

1. Опис навчальної дисципліни

Мета дисципліни "Контент маркетинг для привабливості бренду" засвоєння інформації щодо важливості контенту для бренду; інтереси бізнесу і можливості його розвитку в соціальних мережах за допомогою контенту; основні соціальні мережі, в яких можна ефективно побудувати бізнес; способи просування в соціальних мережах; критичні помилки контенту, яких можна припуститись при просуванні в соціальних мережах; формули продажного копірайтингу; уміти володіти інструментами соціальних мереж; створювати стратегії просування в соціальних мережах; визначати головні завдання просування бренду; вибирати майданчики в соціальних мережах для просування бізнесу, на яких сконцентровані потенційні клієнти; дизайн контенту, формувати креативи для просування бізнесу та візуал; визначати особливості поведінки цільової аудиторії; організовувати ефективні рекламні кампанії в соціальних мережах; писати продажні пости для контенту; обробляти статистику Instagram-сторінки, працювати з фото-відео контентом.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти здобудуть практичні **компетентності**: створення айдентики, створення контенту для бізнес-профілю для просування бренду, проводити аудит контенту, розробляти контент-план, на належному рівні користуватися інструментами для підвищення активності у бізнес-профілі, формування контенту бренду, визначати проблеми контенту та вирішувати їх, працювати з сучасними програмами та неймережами.

Під час вивчення дисципліни використовуються програми Canva, AI.

ПАСПОРТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Статус дисципліни	Вибіркова дисципліна	
Семестр	3 -й	3-й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	14 год	4 год
Практичні заняття	14 год	4 год
Самостійна робота	66 год.	82 год

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Контент маркетинг для привабливості бренду»



Консультації	<i>Середа 14:00 – 15:00</i> <i>Четвер 09:00 – 10:00,</i> <i>Zoom: Ідентифікатор: 279 153 7422 , Пароль: 12345</i>
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11325

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>
ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК 10. Здатність оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.	Наочні методи (кейси, тьюторіали, алгоритми). Інтерактивні методи навчання (спрямовані на розвиток критичного мислення, методи, які зосереджені на формування відповідальності, прийнятті рішень, проведенню й оцінюванні вибору; дискусійні методи. Практичні методи (створення проєктів, кротивів, айдентики). Метод навчання з використанням сучасних програм.	Методи контролю і самоконтролю: усний, письмовий. Практичні методи (практичні та контрольні завдання). Контрольні заходи: практичні завдання; теоретичне тестування; залік.
Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. Р16. Оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизовувати маркетингові процеси з		



використанням GPT, CRM.		
-------------------------	--	--

3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Дизайн та візуал брендової сторінки

Тема 1,2. Айдентика, як головна складова бренду.

Тема 3. Копірайтинг та візуал сторінки. Інструменти для ефективного просування бізнес-сторінки

Змістовий модуль 2. Формування контенту для бренду

Тема 4,5. Формування залансованого контенту для просування бренду у соціальній мережі.

Тема 6. Формування сторіс-контенту.

Змістовий модуль 3. Нейромережі у формуванні контенту

Тема 7,8. Використання нейромереж у формуванні контенту для бренду (робота з GPT).

Змістовий модуль 4 Фото і відеоконтент

Тема 9,10. Робота з фото-відео контентом (робота з програмою Canva). Робота з предметною зйомкою.

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	
1	2	3	4	5
Змістовий модуль 1. Дизайн та візуал брендової сторінки				
Лекційне заняття 1,2	Айдентика, як головна складова бренду	2	1	Щотижня
Практичне заняття 1,2	Айдентика, як головна складова бренду. Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ	2	1	Щотижня
Самостійна робота 1,2	Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ (тест)	12	10	Щотижня
Лекційне заняття 3	Копірайтинг та візуал сторінки. Інструменти для ефективного просування бізнес-сторінки	1		Щотижня
Практичне заняття 3	Копірайтинг та візуал сторінки. Інструменти для ефективного просування бізнес-сторінки. Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ	1		Щотижня
Самостійна робота 3	Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ (тест)	8	12	Щотижня
Змістовий модуль 2. Формування контенту для бренду				
Лекційне заняття 4,5	Формування залансованого контенту для просування бренду у соціальній мережі.	1	1	Щотижня
Практичне заняття 4,5	Формування залансованого контенту для просування бренду у соціальній мережі. Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ	1	1	Щотижня

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Контент маркетинг для привабливості бренду»



Самостійна робота 4,5	<i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	10	10	<i>Щотижня</i>
Лекційне заняття 6	Формування сторіс-контенту.	1		<i>Щотижня</i>
Практичне заняття 6	Формування сторіс-контенту. <i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	1		<i>Щотижня</i>
Самостійна робота 6	<i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	6	12	<i>Щотижня</i>
Змістовий модуль 3. Нейромережі у формуванні контенту				
Лекційне заняття 7,8	Використання нейромереж у формуванні контенту для бренду (робота з GPT).	2	1	<i>Щотижня</i>
Практичне заняття 7,8	Використання нейромереж у формуванні контенту для бренду (робота з GPT). <i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	2	1	<i>Щотижня</i>
Самостійна робота 7,8	<i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	10	10	<i>Щотижня</i>
Змістовий модуль 4. Фото і відеоконтент				
Лекційне заняття 9	Робота з фото-відео контентом (робота з програмою Canva).	1	1	<i>Щотижня</i>
Практичне заняття 9	Робота з фото-відео контентом (робота з програмою Canva). <i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	1	1	<i>Щотижня</i>
Самостійна робота 9	<i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	10	20	<i>Щотижня</i>
Лекційне заняття 10	Робота з предметною зйомкою.	2		<i>Щотижня</i>
Практичне заняття 10	Робота з предметною зйомкою. <i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	2		<i>Щотижня</i>
Самостійна робота 10	<i>Завдання для виконання розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	10	12	<i>Щотижня</i>

5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
Поточний контроль				
Практичне заняття №1,2	практичні: дослідження тестовий контроль	<i>Розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі виконав завдання і зробив висновки; - 3-4 бали: студент виконав завдання не в	5

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Контент маркетинг для привабливості бренду»



Самостійна робота №1,2	завдання кейс		повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент виконав завдання з суттєвими недоліками; - 0 балів: студент не розв'язав задачу. Тест містить декілька питань. за правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	
Практичне заняття №3 Самостійна робота №3	практичні: дослідження тестовий контроль завдання кейс	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі виконав завдання і зробив висновки; - 3-4 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент виконав завдання з суттєвими недоліками; - 0 балів: студент не розв'язав задачу. Тест містить декілька питань. за правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Практичне заняття №4,5 Самостійна робота №4,5	практичні: дослідження тестовий контроль завдання кейс	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі виконав завдання і зробив висновки; - 3-4 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент виконав завдання з суттєвими недоліками; - 0 балів: студент не розв'язав задачу. Тест містить декілька питань. за правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Практичне заняття №6 Самостійна робота №6	практичні: дослідження тестовий контроль завдання кейс.	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі виконав завдання і зробив висновки; - 3-4 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент виконав завдання з суттєвими недоліками; - 0 балів: студент не розв'язав задачу. Тест містить декілька питань. за правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Практичне заняття №7,8 Самостійна робота №7,8	практичні: дослідження тестовий контроль завдання кейс.	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі виконав завдання і зробив висновки; - 3-4 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент виконав завдання з суттєвими недоліками; - 0 балів: студент не розв'язав задачу. Тест містить декілька питань. за правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Практичне заняття №9 Самостійна робота №9	практичні: дослідження тестовий контроль завдання кейс	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі виконав завдання і зробив висновки; - 3-4 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент виконав завдання з суттєвими недоліками;	5

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Контент маркетинг для привабливості бренду»



			- 0 балів: студент не розв'язав задачу. Тест містить декілька питань. за правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	
Практичне заняття №10 Самостійна робота №710	практичні: дослідження тестовий контроль завдання кейс	<i>Розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі виконав завдання і зробив висновки; - 3-4 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент виконав завдання не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент виконав завдання з суттєвими недоліками; - 0 балів: студент не розв'язав задачу. Тест містить декілька питань. за правильну відповідь на одне питання студент отримує 1 бал.	5
Усього за тестовий контроль протягом семестру.				25
Усього за поточний контроль	8			60
Підсумковий контроль				
Залік	Тестові завдання за навчальним матеріалом змістових модулів 1-4	<i>Розміщено в СЕЗН ЗНУ</i> у розділі «Підсумковий контроль»	Тестування передбачає 20 питань, кожне питання оцінюється в 1 бал.	20
	Практичне завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ у розділі «Підсумковий контроль»	Студент під час заліку виконує практичне завдання за темами 1-10. За умови успішно виконаного завдання отримує -20 б.	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)		

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**
Силабус навчальної дисципліни
«Контент маркетинг для привабливості бренду»
6. Основні навчальні ресурси



Основна

1. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120
 2. Малтиз В. В. Маркетингові комунікації в Інтернет та соціальних мережах : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістр спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 72 с.
 3. Слободяник А.М., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital- маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
 4. Вовк Н. С. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Львів : Видавництво «Новий світ-2000», 2021. 271 с.
 5. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах : навч. посіб. Львів : Видавництво ННБК «АТБ», 2021. 219 с.
 6. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120
 7. Малтиз В.В. Особливості вимірювання ефективності маркетингових комунікацій від залучення до окупності. Digital tools and information technologies in the development of Ukraine's economy: strategic approaches to transformation : collective monograph / edited by A. V. Cherep, I. M. Dashko, Yu. O. Ohrenych, O. H. Cherep. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2025. 388 p. С. 171-181
 8. Бубенець І., Чатченко О. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризи. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. No 3. С. 323–326.
 9. Sustainability benchmarks and progress: EU-Ukraine experience (2024): Makarenko, I., Vorontsova, A. (Eds). The Academic Research and Publishing UG (i. G.) (AR&P, Hamburg, Germany).2024. p. 263
 10. Sustainability benchmarks and progress: EU-Ukraine experience (2024): Makarenko, I., Vorontsova, A. (Eds). The Academic Research and Publishing UG (i. G.) (AR&P, Hamburg, Germany).2024. p. 263.
 11. Smith P.R., Zook Z. Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies. Kogan Page, 2024. 472 с.
- Додаткова:**
1. Digitization of accounting and monitoring of personnel performance indicators. Theoretical and Methodological foundations for the use of Digital technologies in Ukraine through the Implementation of eu Experience: Колективна монографія / за ред. А.В.Череп, І.М.Дашко, Ю.О.Огренич, В.М.Гельман, О.Г.Череп Запоріжжя : ФОП Мокшанов В.В., 2024. Р.237-245
 2. Маркетинг : навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин. за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
 3. Роменкська С. Є. Маркетинг соціальних мереж: сучасний виклик. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. No 1. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/287/182>
 4. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; за заг. ред. Н. В. Попової. Харків : «Факт», 2020. 315 с.
 5. Палеха Ю. І. Палеха О. Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Київ : Ліра-К, 2020. 480 с.
 6. Кубецька О. М., Остапенко Т. М., Фісуненко Н. О. Сутність маркетингу та його сучасні тенденції. Бізнес Інформ. 2021. No 5. С. 390–396.
 7. Малтиз В. В., Вовченко Д. В., Панфьоров Д. М. ДНК та піраміда бренду як складова маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача. Актуальні проблеми економіки. 2023. No 10 (268). С. 31–38.

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**



Силабус навчальної дисципліни

«Контент маркетинг для привабливості бренду»

8. Філіна О. В. Роль та види контенту при просуванні в соціальних мережах. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. No 1 (31). С. 75–81.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/ukr/>
2. Plerdy портал URL: <https://www.plerdy.com/ua/blog/types-of-marketing-strategies/>
3. Офіційний сайт kukurudza URL: <https://kukurudza.com/blog/kontent-plan-dlya-smm/>
4. Сайт АНТ медіа. Контент 2025 URL: <https://www.theantmedia.com/post/kontent-marketing-u-2025----poradi-vid-komandi-spalex-agency>
5. Сайт HUB.kyivstar. Тренди ЦМ. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/trendi-czifrovogo-marketingu-u-2025-rocz-shho-potribno-znati-abi-zalishatisya-konkurentospromozhnimi>
6. Canva. URL: <https://canva.com>.
7. Facebook. URL: <http://facebook.com>.
8. Instagram. URL: <https://instagram.com>.
9. Chat gpt. URL: <https://chatgpt.com/>
10. Gemini. URL: <https://gemini>.



7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

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 ліквідовувати 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>.

Політика академічної доброчесності

Кожен студент повинен дотримуватися принципів академічної доброчесності. Практичні роботи та екзаменаційне практичне завдання мають бути виконані студентом особисто, відповідно до варіанту за номером у журналі академічної групи. Роботи у яких буде виявлено ознаки списування та іншої не доброчесної поведінки до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях. Під час виконання контрольних заходів (тестування у системі Moodle, захисту практичної роботи, екзамену) використання гаджетів дозволено виключно для доступу до системи Moodle.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. Важливі повідомлення загального характеру (оголошення про терміни подання звітів практичних робіт до захисту та ін.) регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох 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, лист з запитом на електронну пошту викладача має бути підписаний вашим справжнім ім'ям та прізвищем, номером академічної групи.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2025-2026 н. р. доступний за адресою:

<https://tinyurl.com/yckze4jd>.

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.

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

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН, ВІДРАХУВАННЯ.

Наявність академічної

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТУ**



Силабус навчальної дисципліни

«Контент маркетинг для привабливості бренду»

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/y9pkmmmp5>. Підстави та процедури відрахування студентів, у тому числі за невиконання індивідуального навчального плану, регламентуються Змінами до Положення про організацію освітнього процесу в ЗНУ: https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normativna_basa/zm_ni_do_polozhennya_pro_or_gan_zats_yu_osv_tn_ogo_protsestu_v_znu_z_01_07_2024_.pdf.

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:
Гаряча лінія: тел. (

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/confucius>