

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

Гельман В.М.



2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

підготовки бакалаврів
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

В.В.Малтиз
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

(підпис)

Н.В.Терент'єва
(ініціали, прізвище)

2025 рік

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг соціальних мереж



Зв'язок з викладачем (викладачами):

Сезн ЗНУ повідомлення: <https://moodle.znu.edu.ua/user/profile.php?id=547>

E-mail: ma.viktorija@ukr.net

Телефон: (061)228-76-25 (кафедра)

Інші засоби зв'язку: ZOOM, Telegram – за вибором викладача

Кафедра: Кафедра управління персоналом і маркетингу, просп. Соборний, 74 (5корпус ЗНУ), ауд.218-А

1. Опис навчальної дисципліни

Метою курсу є формування у студентів системного розуміння принципів, інструментів і стратегій **просування брендів у соціальних мережах**, а також розвиток практичних навичок створення, реалізації та аналізу SMM-кампаній.

У результаті вивчення курсу студенти будуть знати:

- основні поняття, принципи та тренди **маркетингу соціальних мереж**;
- особливості роботи з провідними соціальними платформами (Instagram, TikTok, тощо);
- алгоритми формування **SMM-стратегії** для бізнесу чи особистого бренду;
- види та формати контенту для різних платформ;
- інструменти **таргетованої реклами** та аналітики ефективності;

Студенти вмітимуть:

- розробляти **контент-план** і креативні пости під цільову аудиторію;
- створювати та запускати **рекламні кампанії** в соціальних мережах;
- формувати **імідж бренду** через візуальний і текстовий контент;
- оцінювати **ефективність маркетингових дій** та оптимізувати стратегію просування;
- працювати в команді над **SMM-проєктами**.

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	
Семестр	3 -й	3-й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90 год.	
Лекційні заняття	12 год.	4 год.
Практичні заняття	10 год.	4 год.
Самостійна робота	68 год.	82 год.

Консультації	https://www.znu.edu.ua/ukr/university/departments/economy/navchalni_j_protses Понеділок 10:00-11:00, Середа 12:00-13:00 (ZOOM) : Інд: 279 153 7422 , Пароль: 12345
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=16269

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	3
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, квативів, айденітики). 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.

Дослідження соціальної мережі

Тема 1. Дослідження соціальних мереж. Створення профілю в мережі інтернет. Вивчення можливостей соціальної мережі.

Тема 2. Формування збалансованого контенту. Сучасний функціонал соціальних мереж. Створення профілю на Urwork Україна.

Змістовий модуль 2.

SMM-маркетинг

Тема 3. Побудова SMM-стратегії: покроковий план.

Тема 4. Правильне позиціонування в соціальних мережах.

Змістовий модуль 3.

Цільова аудиторія

Тема 5. Поняття та методи сегментування. Вибір цільового сегмента
Формування портрету цільової аудиторії. UGC

Змістовий модуль 4.

Просування сторінки у соціальній мережі

Тема 6. Вибір інструментів для просування сторінок в соціальних мережах.

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. Дослідження соціальної мережі				
Лекція 1	Тема 1. Дослідження соціальних мереж. Створення профілю в мережі інтернет. Вивчення можливостей соціальної мережі.	2	1	1 раз на 2 тижні
Практичне заняття 1	Тема 1. Дослідження соціальних мереж. Створення профілю в мережі інтернет. Вивчення можливостей соціальної мережі.	2	1	1 раз на 2 тижні
Самостійна робота	Тема 1. Дослідження соціальних мереж. Створення профілю в мережі інтернет. Вивчення можливостей соціальної мережі. <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i> Завдання для виконання (зміст) - <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	5	10	

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг соціальних мереж



Лекція 2	Тема 2. Використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях підприємств.	2	1	1 раз на 2 тижні
Практичне заняття 2	Тема 2. Використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях підприємств.	1	1	1 раз на 2 тижні
Самостійна робота	Тема 2. Використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях підприємств розміщено в СЕЗН ЗНУ Завдання для виконання (зміст) - розміщено в СЕЗН ЗНУ	12	12	
Змістовий модуль 2. SMM-маркетинг.				
Лекція 3	Тема 3. Побудува SMM-стратегії: покроковий план.	2	1	1 раз на 2 тижні
Практичне заняття 3	Тема 3. Побудува SMM-стратегії: покроковий план.	1		1 раз на 2 тижні
Самостійна робота	Тема 3. Побудува SMM-стратегії: покроковий план.- Завдання для виконання (зміст) - розміщено в СЕЗН ЗНУ	12	15	
Лекція 4	Тема 4. Правильне позиціонування в соціальних мережах	2	1	1 раз на 2 тижні
Практичне заняття 4	Тема 4. Правильне позиціонування в соціальних мережах	2		1 раз на 2 тижні
Самостійна робота	Тема 4. Правильне позиціонування в соціальних мережах - Завдання для виконання (зміст) - розміщено в СЕЗН ЗНУ	14	15	
Змістовий модуль 3. Цільова аудиторія				
Лекція 5	Тема 5. Поняття та методи сегментування. Вибір цільового сегмента Формування портрету цільової аудиторії. UGC	2	1	1 раз на 2 тижні
Практичне заняття 5	Тема 5. Поняття та методи сегментування. Вибір цільового сегмента Формування портрету цільової аудиторії. UGC	2		1 раз на 2 тижні
Самостійна робота	Тема 5. Поняття та методи сегментування. Вибір цільового сегмента Формування портрету цільової аудиторії. UGC Завдання для виконання (зміст) - розміщено в СЕЗН ЗНУ	15	15	
Змістовий модуль 4. Просування сторінки у соціальній мережі				
Лекція 6	Тема 6. Вибір інструментів для просування сторінок в соціальних мережах	2	1	1 раз на 2 тижні

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг соціальних мереж



Практичне заняття 6	Тема 6. Вибір інструментів для просування сторінок в соціальних мережах	2		1 раз на 2 тижні
Самостійна робота	Тема 6. Вибір інструментів для просування сторінок в соціальних мережах. -Завдання для виконання (зміст) - розміщено в СЕЗН ЗНУ	15	15	

3. 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 Самостійна робота №1	практичні: усне опитування тестовий контроль завдання кейс	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Практичне заняття №2 Самостійна робота №2	практичні: ситуаційне завдання, тестовий контроль, кейс	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Практичне заняття №3 Самостійна робота №3	практичні: ситуаційне, кейс, завдання, тестовий контроль, завдання самостійної робота	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Практичне заняття №4 Самостійна робота №4	практичні: творче завдання, тестовий контроль, завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг соціальних мереж



Практичне заняття №5 Самостійна робота №5	практичні: творче завдання, тестовий контроль, завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Практичне заняття №6 Самостійна робота №6	практичні: усне опитування, кейс, тестовий контроль завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Усього за поточний контроль	6			60
Підсумковий контроль				
Залік	Теоретичне завдання (тестування)	Питання для підготовки: Розміщено в СЕЗН ЗНУ Тестове завдання.	Тестування передбачає 20 питань, кожне питання оцінюється в 0,5 бали	20
	Практичне завдання		- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	20
Усього за підсумковий контроль				40

4.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)		

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова:

1. Вовк Н. С. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Львів : Видавництво «Новий світ-2000», 2021. 271 с.

1. 2. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

3. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. Київ : КМ-Букс. 2020. 880 с.

4. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах : навч. посіб. Львів : Видавництво ННБК «АТБ», 2021. 219 с.

5. 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

Допоміжна

6. Маркетинг : підручник для студентів економічних спеціальностей закладів вищої освіти. Р. І. Буряк [та ін.]. - 2-ге вид. перероб. та допов. К. : ЦП "КОМПРИНТ", 2023. 537 с.

7. Бубенець І., Чатченко О. Маркетингова діяльність підприємств в умовах кризи. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 3. С. 323–326.

8. Іванов М. М., Череп О. Г., Малтиз В. В., Терент'єва Н. В. Маркетинг : навч. посіб. для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра освітньо- професійних програм «Маркетинг», «Облік і аудит», «Фінанси і кредит», «Економічна кібернетика», «Міжнародна економіка», «Управління персоналом і економіка праці». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 171 с.

9. Девід Кіркпатрік Facebook Effect. The Inside Story of the Company that Is Connecting the World. Ebury Press, 2020. P. 344.

10. Джоді Кук Instagram Rules. The Essential Guide to Building Brands, Business and Community. Frances Lincoln, 2020. P. 256.

11. Маркетинг : навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин. за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с

12. Окландер М.А., Кірносорова М.В. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 246 с.

13. 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.

14. Палеха Ю. І. Палеха О. Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Київ : Ліра-К, 2020. 480 с.

15. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.

16. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Р Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. Суми : Триторія, 2022. 158 с.

17. Кубецька О. М., Остапенко Т. М., Фісуненко Н. О. Сутність маркетингу та його сучасні тенденції. Бізнес Інформ. 2021. № 5. С. 390–396.



18. 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. № 10 (268). С. 31–38.

19. Маркетинг промислового підприємства : навч. посіб. / за ред. проф. А. І. Яковлева, проф. М. І. Ларки. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2019. 504с.

20. Маркетингова товарна політика : підручник / Є.В. Крикавський, І.О.Дейнега, О.В. Дейнега, Н.С. Косар ; Нац. ун-т "Львівська політехніка". – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2022. 374 с.

21. Філіна О. В. Роль та види контенту при просуванні в соціальних мережах. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2020. № 1 (31). С. 75–81. 22. Маркетинг: навч. посіб. Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

Савченко С.О., Сукач О.М. Маркетинг: навчально- практичний посібник. Черкаси: Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, 2024. 151с.

Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.

РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ¹

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Курс передбачає обов'язкове відвідування лекційних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять.

Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% пропущених лекцій, до заліку не допускаються.

Політика академічної доброчесності

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Студентам дозволяється використовувати вторинну інформацію, висвітлювати раніше опубліковані статті, результати досліджень тощо, але необхідно зазначати посилання на джерело.

Якщо студент бажає представити свої дослідження як матеріал для конференції або статті – плагіат не допускається! 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.

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час лекційних занять телефони та інші персональні гаджети не вилучаються, але необхідно їх перевести у беззвучний режим.

Комунікація

¹ 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!

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг соціальних мереж



Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.
У окремих випадках викладач надає Viber або електронну пошту.



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 ліквідувати її.

З даної дисципліни визнаються результати неформальної освіти згідно «Положенням Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти». <http://surl.li/evcjl>. Доступність зазначеного документа для учасників освітнього процесу забезпечується шляхом його розміщення на офіційному веб-сайті ЗНУ <http://surl.li/emvpz>.

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 методiku 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 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:

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Маркетинг соціальних мереж



<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>