**РЕКЛАМА ТА РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ**

**Викладач:***доктор наук з державного управління, доцент Ажажа Марина Андріївна*

**Кафедра:** *управління та адміністрування, 11 корпус, ауд. л425*

**E-mail:** *azazmarina17@gmail.com*

**Телефон:** *066-911-84-05*

**Інші засоби зв’язку:** *Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)*

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Освітня програма, рівень вищої освіти:** | | Промисловий менеджмент  бакалавр | | | | | |
| **Статус дисципліни:** | | Вибіркова | | | | | |
| **Кредити ECTS** | 3 | **Навч. рік:** | 2023-2024 | **Рік навчання** | 1 | **Тижні** | 14 |
| **Кількість годин** | 90 | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | 4 | **Лекційні заняття** – 2  **Практичні заняття** – 2  **Самостійна робота** – 86 | | | |
| **Вид контролю:** | | Екзамен | |  | | | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10250 | | | | |
| **Консультації:** *особисті – вівторок, четвер, з 11:00 до 13:00, 11 корпус, ауд. л425; дистанційні –за попередньою домовленістю*  *Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через електронну пошту. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.* | | | | | | | |

**ОПИС КУРСУ**

*Мета навчальної дисципліни «Реклама і рекламна діяльність» - навчити студентів рекламній діяльності в умовах трансформації економіки України від командно-адміністративної до ринкової.*

*Предметом курсу є сукупність засобів, методів і способів поширення інформації в певній сфері економічної та суспільної діяльності людей з метою привернення уваги потенційних споживачів до об’єкта рекламування.*

*Об’єктом вивчення є рекламний процес у цілому, рекламна діяльність різних торгівельних, суспільних та ін. суб’єктів у системі маркетингу та зв’язків з теорією комунікацій, різномасштабні рекламні кампанії як основна форма рекламної діяльності, а також рекламна продукція усіх видів – телереклама, радіореклама, друкована та зовнішня реклама різного типу тощо.*

*У країнах з розвиненою ринковою економікою маркетинг є філософією сучасних суспільних відносин. Це один із видів людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб людей у процесі обміну. Тому маркетинг є інструментом соціального орієнтування сфери виробництва та послуг. Він поєднує споживача з виробником і повинен забезпечити продаж товарів та послуг для максимально можливого задоволення потреб людей.*

*Зазначимо, що рекламування – це складова маркетингу, що опосередковано знайомить певну групу людей з фактами щодо товарів, послуг та ідей у будь-якій формі. У ринкових умовах ці послуги з рекламування є платними.*

*Основна мета дисципліни – дати студентам знання про процес створення рекламного продукту, доведення його до потенційних покупців у такий спосіб, щоб вони зрозуміли, чим саме товар, послуга або ідея позитивно відрізняються від подібних до них, а виробник зміг перетворити цю новацію в реальний капітал.*

*Основні завдання навчальної програми:*

*- з’ясувати місце дисципліни «Реклама і рекламна діяльність» у навчальному процесі, розкрити її основну мету та основні категорії;*

*- ознайомлення студентів з відповідними поняттями, категоріями, системами та алгоритмами рекламної діяльності;*

*- розкрити сутність реклами і рекламної діяльності, на яку спирається сучасна маркетингова та господарська практика;*

*- ознайомитися з основними засобами рекламування товарів і послуг у ринкових умовах господарювання;*

*- набуття практичних навичок розв’язання комунікаційних завдань та виконання відповідних функцій;*

*- розкрити зміст рекламної діяльності як важливого інструменту маркетингової політики сучасних фірм;*

*- формування здатності до творчого пошуку напрямків та резервів удосконалення рекламної діяльності підприємств;*

*- вивчити основні принципи рекламної діяльності та правильного проведення рекламних кампаній;*

*- забезпечення реалізації майбутніми фахівцями галузі менеджменту набутих знань у практичній роботі, пов’язаній з необхідністю застосування методів рекламної діяльності у майбутній професії.*

*Використання новітніх програмних засобів під час виконання практичних завдань розвине як загальні, так і професійні цифрові компетенції слухачів.*

**ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

Опанувавши дисципліну, **студент повинен знати**:

* передумови та джерела виникнення, основні етапи розвитку рекламної діяльності як феномену масової комунікації;
* основні напрямки сучасної рекламної діяльності – традиційні та новітні;
* основні теоретичні, методичні та організаційні основи рекламної діяльності ;
* особливості впливу кожної складової на комунікаційний аналіз комплексу маркетингу при складанні маркетингових планів;
* основні підходи до планування рекламних компанії і їх подальший аналіз;
* як обґрунтувати доцільність рекламної роботи маркетингового відділу на підприємстві, вміти розрахувати основні показники маркетингової діяльності підприємства;
* функціональні можливості найпоширеніших програмних засобів комунікаційної політики управління підприємством.

**Студент повинен вміти:**

* практично використовувати теоретичні знання;
* застосовувати науковий підхід до аналізу і створення рекламної продукції;
* зіставляти рекламні продукти, які представляють однотипні товари різних виробників, з огляду на ефективність рекламної ідеї;
* виявляти рівень і повноту втілення рекламної ідеї;
* вільно орієнтуватися у традиційних та нових формах і прийомах рекламної діяльності.

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

При викладанні дисципліни «Реклама і рекламна діяльність» з метою активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів передбачено застосування активних та інтерактивних методів навчання та міні-лекцій, семінарів в активній формі, кейс-методу.

***Проблемні лекції*** (ПЛ) спрямовання на розвиток логічного мислення студентів і характеризуються виділенням головних висновків з питань, що розглядаються. При читанні лекцій студентам даються питання для самостійного розміркування, яке відіграє активізуючу роль, примушує студентів сконцентруватися і почати активно мислити в пошуках правильної відповіді.

***Міні-лекції*** (МЛ) характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень.

***Кейс-метод*** (КМ) (метод аналізу конкретних ситуацій) дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності спеціалістів і передбачає розгляд проблемних ситуацій.

Разом з проблемними лекціями, міні-лекціями та кейс-методом використовують роботу у малих групах, яка дає змогу структурувати лекційні або практичні заняття за формою та змістом, створює можливість для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування.

Після висвітлення проблеми (при використанні проблемної лекції) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об’єднуватися у групі по 5-6 чоловік й презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

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

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

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

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

* Усне опитування і обговорення наукової і професійної літератури в галузі державного управління (статті, презентації, тези, книги).
* Короткі тести/контрольні роботи за пройденим матеріалом.

Поточний контроль передбачає такі ***практичні*** завдання:

* Реферування наукових статей з мас-медійної тематики.
* Укладання анотацій(abstract і summary) до власних тез доповідей, статей і досліджень.
* Презентація власних досліджень.

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

***Теоретичний підсумковий контроль*** – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle).

***Підсумкове практичне завдання (фінальний проєкт)*** – підготовка презентації (Microsoft PowerPoint), яка має бути узгоджена з викладачем.

***Вимоги до фінального проєкту***: обсяг – 12-15 слайдів. Захист презентації відбуватиметься на двох останніх заняттях. Презентації мають бути підготовлені в Power Point або Prezi форматах.

***Критерії оцінювання фінального проєкту:***

1) завдання виконано у повному обсязі, без стилістичних, орфографічних і граматичних помилок, використана професійна лексика, словниковий запас різноманітний і релевантний, презентація відповідає змісту проєкту, логічно ілюструє його – 20-15 балів;

2) завдання виконано частково, з лексичними, орфографічними і граматичними помилками, презентація не відображає зміст проєкту в повному обсязі, частково ілюструє його – 14-8 балів;

3) завдання виконано з великою кількістю помилок, словниковий запас одноманітний, презентація або не відповідає змісту проєкту, або взагалі відсутня – 0-7 балів.

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| За шкалоюECTS | 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) |

Методи навчання: розгорнута бесіда, обговорення проблем, дискусії; вирішення ситуаційних вправ; вирішення проблемних питань; мозковий штурм; кейсметоди; презентації; аналіз конкретної ситуації; робота в малих групах; рольові та ділові ігри; письмовий контроль знань; індивідуальне та групове опитування; тестування; перехресна перевірка завдань з наступно аргументаціє виставленої оцінки тощо.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Контрольний захід** | | **Термін виконання** | **% від загальної оцінки** |
| **Поточний контроль (max 60%)** | |  |  |
| *Змістовий модуль 1* | *Вид теоретичного завдання: опитування* | тиждень 1-13 | 5% |
| *Вид практичного завдання:*  Презентація/ Публічний виступ | 5% |
| *Змістовий модуль 2* | *Вид теоретичного завдання: тестування* | 5% |
| *Вид практичного завдання:*  Презентація/ Публічний виступ | 5% |
| *Змістовий модуль 3* | *Вид теоретичного завдання: опитування* | 5% |
| *Вид практичного завдання:*  Презентація/ Публічний виступ | 5% |
| *Змістовий модуль 4* | *Вид теоретичного завдання: тестування* | 5% |
| *Вид практичного завдання:*  Презентація/ Публічний виступ | 5% |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | |  |
| *Підсумкове теоретичне завдання:* ***тести (на Moodle)*** | | тиждень 14 | 20% |
| *Підсумкове практичне завдання:* публічна презентація | | тиждень 14 | 20% |
| **Разом** | |  | **100%** |

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень**  **і вид заняття** | **Тема заняття** | **Контрольне завдання** | **Кількість балів** |
| **Змістовий модуль 1** | | | |
| Тиждень 1--4  Лекція 1 | Реклама: сутність, цілі, завдання.  Класифікація реклами Класифікація реклами на основі етапів життєвого циклу товару. | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів | 5 |
| Практика 1 | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія  Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування | 5 |
| **Змістовий модуль 2** | | | |
| Тиждень 4-7  Лекція 2 | Роль реклами в стратегії маркетингу  Зародження реклами у Стародавні часи.  Розвиток реклами в Західній Європі та США | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів | 5 |
| Практика 2 | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія  Робота з навчально-методичною літературою: тезування, анотування | 5 |
| **Змістовий модуль 3** | | | |
| Тиждень 7-10  Лекція 3 | Становлення і розвиток рекламної справи в Україні Реклама як метод впливу на поведінку споживачів.  Мотивація поведінки споживача | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів | 5 |
| Практика 3 | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія | 5 |
| **Змістовий модуль 4** | | | |
| Тиждень 11-13  Лекція 4 | Процес сприйняття реклами  Чуттєва реакція на рекламу  Основи розробки та створення рекламних звернень. Особливості художнього оформлення друкованих рекламних звернень  Фірмове гасло в рекламі.  Творчі стилі в рекламі | Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів | 5 |
| Практика 4 | Усне опитування, тестування, навчальна дискусія | 5 |

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

1. Балабанова Л. В., Юзик Л. О. Рекламний менеджмент. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 392 с.
2. Божкова В. В., Мельник Ю. М. Реклама та стимулювання збуту : навч. посіб. ; 2-ге вид. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 200 с.
3. Владимирська Г. О., Владимирський П. О. Реклама : навч. посібник. Київ : Кондор, 2006. 334 с.
4. Дудко О. С. Оцінювання дієвості та ефективності реклами : монографія. Київ : Знання, 2012. № 3(129). 174 с.
5. Зазимко О. В., Корольчук М. С., Корольчук В. М. Психологія реклами : навч. посіб. Київ : КНТЕУ, 2016. 384 с.
6. Мельникович О. М. Рекламний бізнес : менеджмент маркетингу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2009. 358 с.
7. Миронов Ю. Б., Крамар Р. М. Основи рекламної діяльності : навч. посібник. Дрогобич : Посвіт, 2007. 108 с.
8. Морохова В. О., Бойко О. В., Лорві І. Ф. Рекламний менеджмент : навчальний посібник. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 236 с.
9. Ромат Е. В. Реклама в системе маркетинга : учебник для вузов. Київ : Студцентр, 2008. 480 с.
10. Тєлєтов О. С. Рекламний менеджмент : підручник ; 2-ге вид., випр. Суми : Університетська книга, 2012. 367 с.
11. Яцишина Л. К., Деменіна О. М. Рекламний менеджмент : навч. посіб. Київ : КНУТД, 2012. 231 с.
12. Діброва Т. Г. Маркетингова політика комунікацій : стратегії, вітчизняна практика : навч. посіб. Київ: ВД Професіонал, 2009. 320 с.

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Всеукраїнська рекламна коаліція: веб-сайт. URL : <http://vrk.org.ua/>.
2. Ресурси в Інтернеті: Маркетинг, Продажі, Реклама: веб-сайт. URL : <http://www.management.com.ua/links/links.php?topic_id=15>.
3. Реклама та піар ‒ КРАПКА : веб-сайт. URL : <https://krapka.rv.ua/reklamata-piar/>.
4. Глосарій сфери інтернет-реклами ІнАУ : веб-сайт. URL : https://inau.ua/ proekty/glosariy-sfery-internet-reklamy.
5. Українська асоціація маркетингу: веб-сайт. URL : <http://uam.in.ua>.
6. Незалежний інформаційний проект про маркетинг «Правильний маркетинг» : веб-сайт. URL : <http://4p.net.ua>.
7. Маркетинг очима світил науки : веб-сайт. URL : http://bredmarketing. bigmir.net.
8. Блог експериментального маркетингу : веб-сайт. URL : http://www.kul- blog.com.
9. Журнал «M.A.D.E.» : веб-сайт. URL : http://www.made.com.ua.

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

**Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

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

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

**Політика академічної доброчесності**

*Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення UniCheck. Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело. Приклади оформлення цитувань див. на Moode:* [*https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=103857*](https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=103857)

*Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов’язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності (див. посилання у Додатку до силабусу).*

*Роботи, у яких виявлено ознаки плагіату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагіату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем.*

*Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.orgта подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:*

*Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського:*<http://www.nbuv.gov.ua>

*Цифрова повнотекстова база даних англомовної наукової періодики JSTOR:* <https://www.jstor.org/>

**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, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття.*

*Під час виконання заходів контролю (контрольних робіт, екзамену) 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, коди доступу до сесій у CiscoWebex 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 Moodleє неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу* [*tupakhina@znu.edu.ua*](mailto:tupakhina@znu.edu.ua)*. У листі обов’язково вкажіть ваше прізвище та ім’я, курс та шифр академічної групи.*

**ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2023-2024**

***ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2023-2024 н. р. (гіперпосилання на сторінку сайта)***

***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>.

***ОСВІТНІЙ 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>.

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

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

***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. **1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредитів EСTS)** [↑](#footnote-ref-1)
2. **Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів і т.д. Викладач сам вирішує, що требазнати студенту для успішного проходження курсу!** [↑](#footnote-ref-2)