ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Декан економічного
факультету
_____ В.М.Гельман
«___» _____ 2026 р.

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРСОНАЛУ
підготовки магістрів
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма «Економіка персоналу та HR-індустрія»
спеціалізація С1.01 - Економіка
за спеціальності С1 Економіка та міжнародні економічні відносини
галузі знань С Соціальні науки, журналістика, інформаційні та міжнародні відносини

ВИКЛАДАЧ: Іванов М.М., д.е.н., професор

Обговорено та ухвалено
На засіданні кафедри управління персоналом
та маркетингу
Протокол № 2 від « 27 » серпня 2026 р.

Завідувач кафедри управління персоналом
і Маркетингу
_____ В.В. Малтиз

Погоджено
Гарант освітньо-професійної програми
_____ В.М. Гельман

2026 рік

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни

Зв`язок з викладачем: *Moodle (форум курсу, приватні повідомлення)*
E-mail: *nn_iva@ukr.net*
Сезн ЗНУ повідомлення: *https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=*6754
Телефон: *(061) 228-76-25*
Інші засоби зв'язку: *Viber Ідентифікатор: 393 234 7508, Код доступу: 1234*
Кафедра: :кафедра управління персоналом і маркетингу, 69063, м. Запоріжжя, просп. Соборний, 74 (V корп., к. 218-а)

1. Опис навчальної дисципліни

Набуття у майбутніх фахівців теоретичних та практичних навичок, а також сформувати знання щодо ефективного управління людськими ресурсами, особливо в умовах динамічного ринку праці та високої конкуренції та їх пріоритети у цифровій економіці.

Маркетингові дослідження персоналу є важливим інструментом для ефективного управління людськими ресурсами, особливо в умовах динамічного ринку праці та високої конкуренції за таланти. Дисципліна «Маркетингові дослідження персоналу» допомагає студентам опанувати знання щодо методів збору та аналізу даних, які сприяють залученню та утриманню кваліфікованих фахівців. Завдяки вивченню дисципліни, студенти здобувають практичні навички застосування маркетингових інструментів для дослідження ринку праці, сегментації аудиторії та розвитку бренду роботодавця.

Мета курсу – є надати студентам глибокі знання в сфері знань та навичок, які дозволять проводити ефективні дослідження в галузі управління персоналом, а також аналізувати результати для прийняття стратегічних HR-рішень. Це включає вміння розробляти маркетингові стратегії залучення та утримання

2. Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	**денна форма здобуття освіти**	**заочна форма здобуття освіти**
1	*2*	*3*
Статус дисципліни	**Обов'язкова**	
Семестр	3 -й	3 -й
Кількість кредитів ECTS	**3**	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	12 год.	4 год.
Семінарські / Практичні / Лабораторні заняття	12 год.	4 год.
Самостійна робота	66 год.	82 год.
Консультації	*вказати адресу розміщення розкладу проведення консультацій, формат проведення (очно/дистанційно)*	
Вид підсумкового семестрового контролю:	**Залік**	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php? id=6754	

3. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	
Спеціальні компетентності СК1.Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій для обґрунтування стратегії розвитку економічних суб'єктів та пов'язаних з цим управлінських рішень. СКЗ .Здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки. СК4.Здатність використовувати сучасні інформаційні технології, методи та прийоми дослідження економічних та соціальних процесів, адекватні встановленим потребам дослідження. СК5 .Здатність визначати ключові тренди соціально-економічного та людського розвитку. СК 12. Здатність визначати стратегію кадрової політики, застосовувати інструменти її реалізації, розвивати навички кадрового управління на інноваційних засадах. СК 13. Здатність обгрунтовувати доцільність, розробляти та впроваджувати сучасні пгрсонал-технології, зокрема з використанням аналітичних інструментів, а також оцінювати їх ефективність. **Програмні результати навчання** ПРН 1 .Формулювати, аналізувати та синтезувати рішення науково-практичних проблем. ПРН2.Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально- економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності. ПРН5.Дотримуватися принципів академічної доброчесності. ПРН6.Оцінювати результати власної роботи, демонструвати лідерські навички та уміння управляти персоналом і працювати в команді. командної взаємодії. ПРН20. Вміти використовувати діагностичні інструменти лідерства, розвивати лідерський потенціал, навички соціально-психологічного пливу, організації та ведення ділових переговорів.	Інтерактивні методи навчання (методи, які спрямовані на розвиток критичного мислення, його активізацію, на розвиток умінь здобувачів вищої освіти здійснювати аналіз, на оцінюваннях й узагальненнях фактів, методи, які зосереджені на формування відповідальності, прийнятті рішень, проведенню й оцінювані вибору; що навчають усвідомлювати наслідки); практичні (розв'язування ситуаційних завдань, кейсів, ділових ігор, тренінгів).	Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною шкалою, національною шкалою і шкалою ECT8. Контрольні заходи: усне та письмове опитування, самостійна робота, практичні роботи, тестова перевірка, групові ситуаційні завдання, виступи студентів. Поточний контроль проводиться у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування. Підсумковий контроль, залік, за допомогою тестування (через систему Моосіїе).

4. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи маркетингових досліджень у сфері персоналу

Тема 1. Сутність маркетингових досліджень персоналу

Тема охоплює основні визначення маркетингових досліджень у сфері управління персоналом, їхні цілі та завдання в контексті ЕІЯ. Розглядаються етапи маркетингового дослідження у сфері персоналу, включаючи планування, збір даних, аналіз результатів та інтеграцію отриманих висновків у стратегії управління персоналом.

Тема 2: Методи збору даних для маркетингових досліджень у сфері персоналу

У темі аналізуються основні методи збору даних для НЯ-досліджень, зокрема кількісні та якісні підходи.

Змістовий модуль 2. Аналіз ринку праці та бренд роботодавця як інструменти залучення та утримання талантів

Продовження теми 2. Окрему увагу приділено використанню опитувань, анкет, інтерв'ю та фокус- груп у дослідженні ринку праці. Вивчаються методи аналізу вторинних даних та роль великих даних і аналітики в маркетингових дослідженнях персоналу.

Тема 3: Сегментація ринку праці та аналіз цільової аудиторії

Тема присвячена вивченню методів сегментації ринку праці та аналізу цільових сегментів для залучення талантів. Окремо розглядаються поведінкові та демографічні характеристики потенційних кандидатів, що впливають на ефективність залучення. Вивчаються підходи до адаптації маркетингових стратегій під різні сегменти ринку праці.

Змістовий модуль 3. Інноваційні підходи та оцінка ефективності HR

Тема 4: Дослідження бренду роботодавця та його вплив на залучення талантів

Тема охоплює дослідження бренду роботодавця, його роль у залученні та утриманні талантів. Розглядаються методи дослідження сприйняття бренду серед кандидатів, а також значення внутрішнього брендування і корпоративної культури для створення позитивного іміджу роботодавця. Окрему увагу приділено використанню маркетингових досліджень для розробки стратегії бренду роботодавця.

Тема 5: Оцінка ефективності НК-маркетингових кампаній

Тема присвячена вивченню ключових показників ефективності (KPI) у маркетингу персоналу, а також методам аналізу результатів маркетингових кампаній

Змістовий модуль 4. Інноваційні підходи та оцінка ефективності НК-маркетингових кампаній

Продовження теми 5. Особливу увагу приділено оцінці впливу маркетингових заходів на залучення та утримання персоналу, а також інструментам для моніторингу та оцінки ефективності НЯ-кампаній.

Тема 6: Інновації та тенденції у маркетингових дослідженнях персоналу

Тема охоплює дослідження впливу цифрових технологій на маркетингові дослідження у сфері НЯ, включаючи використання соціальних мереж та онлайн-платформ. Розглядаються роль штучного інтелекту та автоматизації у проведенні маркетингових досліджень персоналу, а також майбутні тенденції та виклики у цій сфері.

5. Теми лекційних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин о/д.ф.	Згідно з розкладом
1	*2*	*3*	*4*
1	Тема 1. Сутність маркетингових досліджень персоналу План. Визначення маркетингових досліджень у контексті управління персоналом. Цілі та завдання маркетингових досліджень у сфері НЯ. Основні етапи маркетингового дослідження в управлінні персоналом. Інтеграція маркетингових досліджень у стратегії НЯ.	*2*	згідно з розкладом
1	Тема 2. Методи збору даних для маркетингових досліджень у сфері персоналу План. Кількісні та якісні методи дослідження. Використання опитувань, анкет, інтерв'ю та фокус-груп. Методи аналізу вторинних даних у контексті ринку праці. Роль великих даних і аналітики у дослідженнях персоналу.	2	Згідно з розкладом
2	Тема 3. Сегментація ринку праці та аналіз цільової аудиторії План. Поняття та методи сегментації ринку праці. Ідентифікація та аналіз цільових сегментів для залучення талантів. Аналіз поведінкових і демографічних характеристик потенційних кандидатів. Підходи до адаптації маркетингових стратегій під різні сегменти.	2	Згідно з розкладом
2	Тема 4. Дослідження бренду роботодавця та його вплив на залучення талантів План. Поняття бренду роботодавця та його значення в **НЯ**-маркетингу. Методи дослідження сприйняття бренду роботодавця серед кандидатів. Роль внутрішнього брендування та корпоративної культури. Використання маркетингових досліджень для розробки стратегії бренду роботодавця.	2	Згідно з розкладом *7*
3	Тема 5. Оцінка ефективності НЯ-маркетингових кампаній План. Ключові показники ефективності (KPI) у маркетингу персоналу. Методи аналізу результатів маркетингових кампаній. Вплив маркетингових заходів на залучення та утримання персоналу. Інструменти для моніторингу та оцінки ефективності НЯ-кампаній.	2	Згідно з розкладом *9*
4	Тема 6. Інновації та тенденції у маркетингових дослідженнях персоналу План: Вплив цифрових технологій на маркетингові дослідження в НЯ. Використання соціальних мереж та платформ для дослідження ринку праці. Роль штучного інтелекту та автоматизації у маркетингових дослідженнях персоналу. Майбутні тенденції та виклики у сфері маркетингових досліджень персоналу.	2	Згідно з розкладом
Разом		12	

6. Теми практичних занять

№ змістового модуля	Назва теми	Кількість годин о/д.ф.	Згідно з розкладом
1	*2*	*3*	***4***
1	Тема 1. Побудова вхідних функцій приналежності HR в системі Matlab	*3*	
2	Тема 2. Побудова системи нечіткого виводу даних в системі Matlab	*3*	
3	Тема 3. Побудова баз нечітких лінгвістичних правил в системі Matlab .	*3*	
4	Тема 4. Побудова поверхні виводу результату моделювання оцінювання персоналу в системі Matlab .	3	
Разом		**12**	

7. Самостійна робота

№ змістового модуля	Питання для самостійного опрацювання	Кількість годин о/д.ф.
1	***2***	*3*
1	Тема 1. Сутність маркетингових досліджень персоналу Питання для розгляду: Основні відмінності між маркетинговими дослідженнями в НЛ та традиційними маркетинговими дослідженнями. Пдходи до маркетингових досліджень у сфері персоналу в умовах цифровпації ринку праці Ключові виклики постають перед компаніями при інтеграції маркетингових досліджень у ІЖ- стратегії. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
1	Тема 2. Методи збору даних для маркетингових досліджень у сфері персоналу Питання для розгляду: Переваги та недоліки кількісних і якісних методів дослідження у НІІ-маркетингу. Як обрати відповідні інструменти для збору даних в залежності від цілей дослідження. Забезпечення точності і репрезентативності даних, зібраних за допомогою опитувань та інтерв'ю. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
2	Тема 3: Сегментація ринку праці та аналіз цільової аудиторії Питання для розгляду: Вплив демографічних та соціальних змін на сегментацію ринку праці. Підходи для створення профілів ідеальних кандидатів для різних сегментів ринку. Адаптація маркетингових стратегій під специфічні вимоги різних сегментів? Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
2	Тема 4. Дослідження бренду роботодавця та його вплив на залучення талантів Питання для розгляду: Вплив внутрішнього іміджу компанії на її зовнішній бренд. Показники які є найбільш важливими для вимірювання успішності бренду роботодавця. Використання маркетингових досліджень для визначення сильних і слабких сторін бренду роботодавця. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
3	Тема 5. Оцінка ефективності ІЖ-маркетингових кампаній Питання для розгляду: Використанн аналітики для покращення результатів НГІ-маркетингових кампаній. Методи, які найбільш ефективні для оцінки довгострокових результатів ТЖ-маркетингових заходів. Як правильно обирати КРІ для різних типів ІЖ-маркетингових кампаній. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
3	Тема 6. Інновації та тенденції у маркетингових дослідженнях персоналу Питання для розгляду: Яким чином штучний інтелект змінює підходи до аналізу даних у ІЖ-маркетингових дослідженнях. Використання соціальних мереж для допомоги що покрщення пошуку і залучення талантів. Нові інструменти та технології автоматизації ІЖ-маркетингових досліджень. Завдання для виконання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів.	11
Разом		**66**

8. 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	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 1	Відповідь на теоретичне питання опитування за темою 1.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі	**2**
	Виконання практичної роботи	Побудувати вхідні функції приналежності HR	9 бала - доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	**9**
			Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	4
Практичне заняття №2	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 2	Відповідь на теоретичне питання опитування за темою 2.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі.	**2**
	Виконання практичної роботи	Побудувати систему нечіткого виводу даних в системі Matlab	9 бала - доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	9
			Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	4

Практичне заняття №3	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 3	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 3.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі	**2**
	Виконання практичної роботи	Побудувати базу нечітких лінгвістичних правил в системі Matlab	9 бала - доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	**9**
			Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	**4**
Практичне заняття №4	Теоретичне завдання - усне опитування за темою 4	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 4.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 2 бал. 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі	**2**
		Побудувати поверхні виводу результату моделювання оцінювання персоналу в системі Matlab	9 бала - доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал - доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	**9**
			Тестове завдання складається з 10 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,4 бали.	**4**
Усього за поточний контроль				60

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)		

9. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література:

Основна:

1. Маркетинг персоналу та HR-брендинг: навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Управління персоналом та економіка праці» / Т.В. Павленко; КПІ ім. Ігоря Сікорського – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 97с..
2. Управління персоналом: навчально-методичний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання спеціальності Н2 «Тваринництво» / О.О. Гуторова. Харків : ДБТУ, 2026. 166 с..
3. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Безугла Л.С., М 25 Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. – Дніпр о: Видавець Біла К.О., 2019. - 300 с..
4. Мартинович Н.О., Горник В.Г., Бойченко Е.Б. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Н.О. Мартинович, В.Г. Горник, Е.Б. Бойченко. Київ: «Видавництво Людмила», 2021. 323 с.
5. Управління персоналом : навч. посіб. для студентів спец. 073 - менеджмент / [К. Ф. Ковальчук та ін.] ; Нац. металург, акад. України. Дніпро : Акцент 1111,2019. 302 с.
6. Управління персоналом : навч. посіб. для студентів спец. 073 - менеджмент / [К. Ф. Ковальчук та ін.] ; Нац. металург, акад. України. Дніпро : Акцент 1111,2019. -302 с.
7. Управління персоналом : навч.-метод, посіб. / [уклад.: Дяків О. П., Островерхов В. М.] ; Тернопіл. нац. екон. ун-т. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 287 с.
8. Armstrong G. Marketing: An Introduction 13th edition. Pearson. 2016. 642 p.
9. Bednäriková N. Marketing l'udskych zdrojov ako sucasf budovania znacky zamestnavatel'a. University of St. Cyril and Methodius of Trnava. Fakulta socialnych vied, Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Tmave, 2022. 140 p
10. Cardy R., Balkin D., Gomez-Mejia L. Managing Human Resources 8th edidion. PEARSON INDIA, 2016. 624 p.

Додаткова:

1. Драган О.І., Рудова А.Я. Професійні компетенції як основа ефективної роботи менеджера з персоналу. Приазовський економічний вісник. 2021. №2. (25). С. 89-94. URL: http://pev.kpu.zp.ua/vvpusk-2-25
2. Драган О.І., Рудова А.Я. Професійні компетенції як основа ефективної роботи менеджера з персоналу. Приазовський економічний вісник. 2021.№2. (25). С.89-94. URL: http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-2-25
3. Куделя В. І., Мирошниченко Ю.В., Моцна І.В. Організація праці як фактор удосконалення менеджменту персоналу. Держава та регіони. Серія Економіка та підприємництво. 2020. № 3(1). С. 107-111. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep 2020 3(1) 21.
4. Муромець Н.Є. , Мирошниченко Ю. В., Савченко І. Г.Управління персоналом в системі

менеджменту організації : монографія ;[ред. Н. Є. Муромець] ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т, Харків, торг.-екон. ін-тКНТЕУ Харків : Панов А. М., 2019. 192 с.
5. Почтовюк А. Б., Семеніхіна В.В. HR-менеджмент та можливості його використання для професійного розвитку персоналу. Економічний простір. 2020. № 160. С. 103-107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros 2020 160 21
6. Професійний розвиток персоналу підприємств в системі мотиваційного менеджменту : колект. монографія / [М. В. Семикіна та ін.] ; Центральноукр. нац. техн. ун-т. Кропивницький : Лисенко В. Ф. [вид.], 2021. 439 с.
7. Сардак О.В. Управління персонал-маркетингом: ідеогенез, інструментарій, синергія монографія ; Донец, нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. - Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. - 664 с.
8. Управління персоналом [Текст] : навч. посіб. для студентів спец. 073 Менеджмент [К. Ф. Ковальчук та ін.]; Нац. металург, акад. України. Дніпро : Акцент 1111,2019. 302 с.

Інформаційні ресурси:

1. HR -Лига Спільнота кадровиків і фахівців з управління персоналом. Офіційний сайт: URL : http s : //hrl i ga. com/i n dex. php? modul e=b ooks& ci d=4
2. Всеукраїнська асоціація кадровиків. Офіційний сайт: URL : http://www.kadrovik.ua/
3. HRM Exam URL: https://www.Hrmexam.Com/
4. KadrEX.кадровий експерт. URL: https://kadrex.profpressa.com/

10. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування усіх занять є обов'язковіш. Ліквідація студентами заборгованості з пропущених занятьздійснюється за окремим графіком або під час консультацій.

Політика академічної доброчесності

Студенти, що вдалися до списування, плагіату чи інших проявів недоброчесної поведінки за написання есе отримують нуль балів відповідно до Кодексу академічної доброчесності ЗНУ. URL :https://www.znu. edu. ua/docs/kodeksakadem _chnoyi dobrochesnost___.pdf

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

Під час занять користуватися мобільними телефонами, ноутбуками, планшетами та іншимиперсональними гаджетами дозволяється виключно за умови застосування їх в учбових цілях. Під час виконання контрольних заходів (тестів, екзамену) використання гаджетів дозволяється виключно за умови застосування їх для налагодження комунікації із викладачем. У разі порушенняцієї заборони відповідний вид контрольного заходу оцінюється у 0 балів.

Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюєтьсяза допомогою повідомлень у СЕЗН Moodle; черезелектронну пошту викладача, соціальні мережі Telegram та Viber.

Викладач відповідатиме на запити студентів у термін до трьох робочих днів. Запитання студентів мають стосуватися вивчення курсу «Маркетингові дослідження персоналу» і бути чіткимита стислими.

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Право на визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті поширюється на здобувачів вищої освіти усіх рівнів вищої освіти Університету. https://sites.znu. edu. ua navchalnyj viddil/normatyvna basa/polozhennya znu_pro_poryadok_viznann ya rezul tat v navchannya.pdf

За наявності сертифікату (свідоцтва, програми тощо) про проходження онлайн-курсу, тренінгу, вебінару, курсу підвщення кваліфікації, конференції та ін. з тематики (однієї з тем, змістового модуля) навчальної дисіцпліни залежно від кількості прослуханих годин (здобутих

кредитів) здобувану може бути визнано результати навчання, набуті під час неформальної та/або інформальної освіти та зараховано їх або як частину результатів навчання, або як оцінку семестрового контролю.

Для визнання результатів навчання набутих у неформальній освіті здобувач вищої освіти звертається із заявою на ім 'я проректора з науково-педагогічної та навчальної роботи Університету, з проханням про визнання результатів навчання на освітніх платформах, наприклад Prometheus.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ **2026-2027 н. р.** доступний за адресою: https://tinyurl.com/vckze4i ci.

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://tinvurl.com/v9tve41k.

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/v9pkmmp5. 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/ycds571a.

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://tinvurl.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://tinvurl.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: у banakh@znu.edu.ua Гаряча лінія: тел. (061) 227-12-76, факс 227-12-88

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/vdhcsagx.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: http://librarv.znu.edu.ua. Графік роботи абонементів: понеділок-п'ятниця з 08.00 до 16.00; вихідні дні: субота і неділя.

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (МООІ)ГЕ): 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 Moobie 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- абуапсе/
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