

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ



ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан факультету менеджменту

І.Г. Шавкун

2025 р.

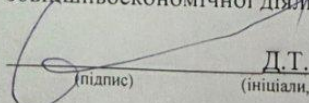
СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МЕНЕДЖМЕНТ БІЗНЕСУ НА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ
блоку освітніх компонентів вільного вибору студента в межах спеціальності
підготовки магістра
денної та заочної форм здобуття освіти
спеціальності 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління і адміністрування

ВИКЛАДАЧ: Головань Ольга Олексіївна, к.ф.-м.н., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної
діяльності

Протокол №1 від "25" серпня 2025 р.
Завідувач кафедри бізнес-
адміністрування і менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності


(підпис)

Д.Т. Бікулов
(ініціали, прізвище)

2025 рік

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



Зв'язок з викладачем:

Викладач: к.ф.-м.н., доцент Головань Ольга Олексіївна

E-mail: oaholov@gmail.com

Телефон: (061) 289-41-39 (кафедра)

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

Кафедра: бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД, 6 корпус ЗНУ, вул. Університетська, 55 а, ауд. 108 (1-й поверх)

1. Опис навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «*Менеджмент бізнесу на ринку товарів та послуг*» є набуття здобувачами вищої освіти комплексної системи знань, умінь та навичок щодо сучасних принципів, методів та інструментів управління бізнес-процесами на ринку товарів та послуг.

Основними завданнями вивчення дисципліни «*Менеджмент бізнесу на ринку товарів та послуг*» є:

- засвоєння ключових концепцій функціонування та розвитку ринків товарів та послуг;
- набуття навичок дослідження ринків товарів та послуг;
- набуття вмінь проводити комплексний аналіз ринкового середовища;
- набуття навичок сегментації ринку та визначення цільових сегментів;
- опанування інструментів та методів управління ключовими складовими комплексу маркетингу;
- оволодіння методиками оцінки конкурентоспроможності товарів, послуг та самого підприємства на основі результатів досліджень.

Дисципліна «*Менеджмент бізнесу на ринку товарів та послуг*» як компонент освітньо-професійної програми підготовки відповідає таким програмним компетентностям:

- здатність проведення досліджень на відповідному рівні;
- навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);
- здатність до управління організацією та її розвитком.

Дисципліна «*Менеджмент бізнесу на ринку товарів та послуг*» як компонент освітньо-професійної програми підготовки забезпечує такі програмні результати навчання:

- обґрунтовувати та управляти проєктами, генерувати підприємницькі ідеї;
- планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;
- демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач.

Курс дає можливість:

- вміти здійснювати збір та аналіз інформації про клієнтів та конкурентів підприємства;
- обґрунтовувати вибір цільових сегментів;
- визначати позицію продукції по відношенню до конкурентів;
- ефективно використовувати інструменти комплексу маркетингу по відношенню до цільових сегментів;
- вміти використовувати методики оцінки конкурентоспроможності товарів та послуг.

Необхідні навчальні компоненти (пререквізити, кореквізити і постреквізити): Інформаційно-аналітичне забезпечення в менеджменті, Стратегування та бізнес аналітика в менеджменті, Управління проєктами, Виробнича практика, Кваліфікаційна робота магістра.



Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
Статус дисципліни	Вибіркова	
Семестр	3-й	
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90	
Лекційні заняття	12 год.	
Практичні заняття	24 год.	
Самостійна робота	54 год.	
Консультації	Консультації: вівторок 16:00 - очний формат: 108 кабінет 6 навчальний корпус, кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту ЗЕД - дистанційний формат: Zoom meeting Meeting ID: 757 9348 9178 Passcode: 12345	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	
Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)	https://moodle.znu.edu.ua/user/index.php?id=5133	

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності / результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
Компетентності		
ЗК1. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні	- проведення лекцій та семінарів, на яких розглядаються проблемні питання та ситуації, що вимагають аналізу, пошуку інформації та обговорення можливих шляхів вирішення; - метод кейс-стаді, що передбачає аналіз, ідентифікацію проблеми, пропозицію варіантів рішень та обґрунтування оптимального вибору; - навчально-дослідні завдання, які передбачають збір та обробку даних, формування висновків; - участь у науково-практичних конференціях; - самостійна робота з навчальною та науковою літературою.	- участь у дискусіях (активність, якість аргументів); - оцінювання аналітичних завдань; - презентація результатів дослідження; - оцінювання участі у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти; - виконання завдань для самостійної роботи.
ЗК3. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій	- використання онлайн-курсів, освітніх платформ (Moodle, Coursera, Prometheus тощо); - участь у вебінарах; - проектна робота; - кейс-метод з використанням інформаційних та комунікаційних технологій	- бліц-опитування; - оцінювання аналітичних завдань; - презентація результатів досліджень; - оцінювання участі у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти.
ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	- використання рольових ігор; - кейс-метод з акцентом на генерацію ідей; - проектна робота; - участь у науково-практичних конференціях	- участь у дискусіях (активність, якість аргументів); - презентація результатів дослідження; - оцінювання участі у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти.

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Силабус навчальної дисципліни



СК10. Здатність до управління організацією та її розвитком	- імітаційні та ігрові методи; - кейс-метод з акцентом на використання аналітичних інструментів та вибір оптимального рішення проблеми організації; - індивідуальні завдання; - проблемно-орієнтоване навчання	- бліц-опитування; - участь у дискусіях (активність, якість аргументів); - оцінювання виконання аналітичних завдань
Програмні результати навчання:		
РН4. Обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї	- групові проекти та презентації; - семінари-дискусії; - кейс-метод; - участь у вебінарах; - участь у науково-практичних конференціях	- бліц-опитування; - тестування; - оцінювання виконання практичних завдань; - завдання підсумкового контролю; - оцінювання участі у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти.
РН5. Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах	- проектна робота, спрямована на розробку реального маркетингового плану для бізнесу; - моделювання управлінських ситуацій; - кейс-метод з акцентом на розвиток навичок планування; - участь у вебінарах; - участь у наукових конференціях	- презентації результатів проекту; - участь у дискусіях; - оцінювання аналітичних завдань в системі Moodle; - оцінювання участі у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти
РН 10. Демонструвати лідерські навички та вміння працювати у команді, взаємодіяти з людьми, впливати на їх поведінку для вирішення професійних задач	- проектна робота; - кейс-метод; - групові дискусії; - залучення до вебінарів; - участь у наукових конференціях.	- презентація результатів дослідження; - оцінювання виконання завдань для самостійної роботи; - оцінювання виконання практичних завдань; - оцінювання участі у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти



3. Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Бізнес-процеси на товарних та сервісних ринках

Тема 1. Сутність та складові бізнес-процесів на ринку товарів та послуг

Класифікація ринків. Учасники ринку. Трансформація товарних ринків під впливом глобальних змін. Вплив діджиталізації та E-commerce на традиційні моделі продажу товарів і надання послуг. Поняття бізнес-процесу. Сутність БП на ринку товарів та послуг. Основні завдання бізнес-процесів на ринках товарів та послуг. Основні (операційні) процеси для ринку товарів. Основні (операційні) процеси для ринку послуг. Допоміжні процеси для ринків товарів та послуг. Практична роль бізнес-процесів на ринках товарів та послуг. Специфіка менеджменту сервісних процесів.

Змістовий модуль 2. Дослідження товарних та сервісних ринків

Тема 2. Дослідження ринків товарів та послуг

Сутність, мета та завдання ринкових досліджень. Особливості ринкових досліджень. Об'єкт та предмет ринкових досліджень. Етапи та організація процесу ринкових досліджень. Цілі ринкових досліджень. Види ринкової інформації. Джерела ринкової інформації. Ресурси для пошуку інформації. Сервіси для аналізу зарубіжних ринків. Переваги та недоліки первинної та вторинної інформації. Методи збору ринкової інформації.

Основні показники, що характеризують ринки. Показники обсягу та динаміки. Показники конкуренції та структури. Показники попиту та пропозиції. Місткість ринку. Методи визначення місткості ринку.

Дослідження кон'юнктури ринку. Напрямки аналізу кон'юнктури. Макроекономічні показники кон'юнктури. Мікроекономічні показники кон'юнктури.

Тема 3. Дослідження споживачів

Напрямки досліджень споживачів. Етапи проведення досліджень споживачів. Дослідження поведінки споживачів-організацій. Основні фактори, які впливають на поведінку організацій-споживачів. Дослідження поведінки покупців на споживчому ринку. Фактори, які впливають на поведінку покупців на споживчому ринку. Методи збору первинної інформації на споживчому ринку. Спостереження та його види. Етапи проведення спостережень. Метод опитування клієнтів. Спеціальні опитувальні методики. Методика SERVQUAL (Service Quality). Методика «Словник». Методика Норіакі Кано.

Тема 4. Дослідження конкурентного середовища та конкурентів

Поняття конкурентного аналізу. Цілі та завдання конкурентного аналізу. Напрямки діагностики конкурентного середовища. Внутрігалузева конкуренція. Індекс Херфіндала-Хіршмана (HHI). Аналіз конкурентних стратегій.

Конкурентоспроможність товару. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції. Конкурентоспроможність організації. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Сутність конкурентних переваг. Види конкурентних переваг. Бенчмаркінг як інструмент визначення конкурентоспроможності. Параметри здійснення бенчмаркінгу. Етапи бенчмаркінгу. Сутність GAP-аналізу.

Змістовий модуль 3. Процеси сегментації та таргетування

Тема 5. Сегментація та таргетування ринку

Сутність та завдання сегментації споживачів. STP-маркетинг. Ознаки та критерії сегментації споживачів. Демографічні, психографічні, географічні, поведінкові ознаки сегментації. Моделі споживчої поведінки. Критерії оцінювання привабливості цільових сегментів. Стратегії сегментації. Сутність стратегії диференційованого маркетингу. Стратегія концентрованого маркетингу. Позичування продукції. Стратегії позиціонування товару. Карти позиціонування продукції. Помилки позиціонування.

Змістовий модуль 4. Маркетингові бізнес-процеси на товарних та сервісних ринках

Тема 6. Процеси створення пропозиції

Структура товарної політики підприємства. Класифікація товарів. Життєвий цикл товару (ЖЦТ). Характеристика етапів ЖЦТ. Управління життєвим циклом товару. Поняття товарного асортименту та товарної номенклатури. Поняття товарного класифікатору та асортиментної матриці.

Управління товарною номенклатурою підприємства. Процес розробки нового продукту (NPD). Поняття нової продукції. Етапи розробки нових товарів. Краудсорсинг як інструмент маркетинг-менеджменту. Елементи фірмового стилю та їх роль у товарній політиці підприємства. Процес управління брендом.



Процес ціноутворення. Методи ціноутворення. Витратний метод ціноутворення. Метод встановлення ціни на основі точки беззбитковості. Метод ціноутворення на основі оцінки споживчої цінності товару. Розробка стратегій ціноутворення. Стратегії встановлення цін на нові товари. Сутність та завдання стратегії «зняття вершків». Сутність та мета стратегії «проникнення на ринок». Стратегії диференціації цін. Практичні аспекти управління ціною

Тема 7. Процеси управління взаємовідносинами з клієнтами

Сутність лояльності клієнтів. Типи та моделі лояльності. Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM – Customer Relationship Management). Процеси маркетингу залучення клієнтів. Управління лідами. Управління маркетинговими кампаніями. Планування, виконання та відстеження ефективності рекламних та маркетингових заходів. Процеси обслуговування та підтримки. Управління якістю обслуговування. Метрики лояльності. Показники задоволеності клієнтів (CSAT, NPS). Показник зусиль клієнта (Customer Effort Score (CES)). Поведінкові показники. Життєва цінність клієнта (Customer Lifetime Value). Коефіцієнт відтоку (Churn Rate). Коефіцієнт утримання (Customer Retention Rate).

4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф .	з.ф.	
Лекція 1	Сутність та складові бізнес-процесів на ринку товарів та послуг	2		1 раз на 2 тижня
Практичне заняття 1	Сутність та складові бізнес-процесів на ринку товарів та послуг	2		щотижня
Самостійна робота	Сутність та складові бізнес-процесів на ринку товарів та послуг	8		щотижня
Лекція 2	Дослідження ринків товарів та послуг	2		1 раз на 2 тижня
Практичні заняття 2-3	Дослідження ринків товарів та послуг	4		щотижня
Самостійна робота	Дослідження ринків товарів та послуг	8		щотижня
Лекція 3	Дослідження споживачів	2		1 раз на 2 тижня
Практичні заняття 4-5	Дослідження споживачів	4		щотижня
Самостійна робота	Дослідження споживачів	8		щотижня
Лекція 4	Дослідження конкурентного середовища та конкурентів	2		1 раз на 2 тижня
Практичні заняття 6-7	Дослідження конкурентного середовища та конкурентів	4		щотижня
Самостійна робота	Дослідження конкурентного середовища та конкурентів	8		щотижня
Лекція 5	Сегментація та таргетування ринку	2		1 раз на 2 тижня
Практичне заняття 8	Сегментація та таргетування ринку	2		щотижня
Самостійна робота	Сегментація та таргетування ринку	7		щотижня
Лекція 6	Процеси створення пропозиції	1		1 раз на 2 тижня
Практичні заняття 9-10	Процеси створення пропозиції	4		щотижня
Самостійна робота	Процеси створення пропозиції	8		щотижня
Лекція 6	Процеси управління взаємовідносинами з клієнтами	1		1 раз на 2 тижня
Практичні заняття 11-12	Процеси управління взаємовідносинами з клієнтами	4		щотижня
Самостійна робота	Процеси управління взаємовідносинами з клієнтами	7		щотижня
Разом		90		



5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/роботи	Вид поточного контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання *	Усього балів
1	2	3	4	5
На початку аудиторного заняття протягом семестру	Бліц-опитування	Оглядовий зріз знань за темами минулих лекцій і практичних занять (до 10 хвилин): самостійне опрацювання теоретичного (рівень «відтворення» та «розуміння») та практичного (рівень «застосування» та «створення») навчального матеріалу; формат - обговорення та дискусія.	Передбачає надання повних відповідей і доповнень; спонукає здобувачів до систематичної самостійної роботи при підготовці до поточних занять; активізує абстрактне мислення із застосуванням методу аналізу та синтезу; не передбачає бального оцінювання.	-
Поточний контроль				
Змістовий модуль 1				
Лекція №1	Тестування за змістовим модулем 1	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом лекції №1. Питання для підготовки: 1. Класифікація ринків. 2. Поняття бізнес-процесу. 3. Сутність БП на ринку товарів та послуг. 4. Основні завдання бізнес-процесів на ринках товарів та послуг. 5. Специфіка менеджменту сервісних процесів. <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 5. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3 – 3 бали; 4 – 4 бали; 5 – 5 балів. <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	5
Практичне заняття №1	Практичне завдання 1	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН5, РН10 за матеріалом змістового модуля 1. Повністю виконане завдання передбачає визначення бізнес-процесів та їх завдань на певному ринку товарів/послуг. <i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).	5



Змістовий модуль 2				
Лекція №2	Тестування за змістовим модулем 2	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом лекції №2. Питання для підготовки: 1. Сутність, мета та завдання ринкових досліджень. 2. Етапи та організація процесу ринкових досліджень. 3. Види та джерела ринкової інформації. 4. Методи збору ринкової інформації. 5. Ринкові показники. <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 5. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3 – 3 бали; 4 – 4 бали; 5 – 5 балів. <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	5
Практичні заняття №2-3	Практичне завдання 2	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 5, РН10 за матеріалом змістового модуля 2. Повністю виконане завдання передбачає дослідження кон'юнктури певного галузевого ринку. <i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).	5
Лекція №3	Тестування за змістовим модулем 2	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом лекції №3. Питання для підготовки: 1. Напрямки досліджень споживачів 2. Методи збору первинної інформації на споживчому ринку. 3. Спостереження та його види. 4. Метод опитування клієнтів. 5. Спеціальні опитувальні методики. <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 5. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3 – 3 бали; 4 – 4 бали; 5 – 5 балів. <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	5



Практичні заняття №4-5	Практичне завдання 3	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 4, РН10 за матеріалом змістового модуля 2. Повністю виконане завдання передбачає збір інформації про уподобання споживачів певного товару/клієнтів послуги на основі методу опитування. <i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).	5
Лекція №4	Тестування за змістовим модулем 2	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом лекції №4. Питання для підготовки: 1. Цілі та завдання конкурентного аналізу. 2. Напрямки діагностики конкурентного середовища. 3. Внутрігалузева конкуренція. 4. Аналіз конкурентних стратегій. 5. Конкурентоспроможність товару. 6. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції. 7. Види конкурентних переваг. 8. Бенчмаркінг. <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 5. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3 – 3 бали; 4 – 4 бали; 5 – 5 балів. <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	5
Практичні заняття №6-7	Практичне завдання 4	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН 4, РН5 за матеріалом змістового модуля 2. Повністю виконане завдання передбачає оцінку конкурентоспроможності товару на основі розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності та обґрунтування напрямків її підвищення. <i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).	5



Змістовий модуль 3				
Лекція №5	Тестування за змістовим модулем 3	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом лекції №5. Питання для підготовки: 1. Сутність та завдання сегментації споживачів. 2. STP-маркетинг. 3. Ознаки та критерії сегментації споживачів. 4. Моделі споживчої поведінки. 5. Критерії оцінювання привабливості цільових сегментів. 6. Стратегії сегментації. 7. Позиціонування продукції. 8. Стратегії позиціонування товару. <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 5. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3 – 3 бали; 4 – 4 бали; 5 – 5 балів. <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	5
Практичне заняття №8	Практичне завдання 5	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом змістового модуля 3. Повністю виконане завдання передбачає проведення сегментації споживчого ринку для певного товару. <i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано). <i>При формуванні шкали бальної оцінки стимулюється систематична робота здобувачів протягом семестру.</i>	5
Змістовий модуль 4				
Лекція №6	Тестування за змістовим модулем 4	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом лекції №6. Питання для підготовки: 1. Управління товарною номенклатурою підприємства. 2. Процес розробки нового продукту. 3. Процес управління брендом. 4. Методи ціноутворення. 5. Стратегії ціноутворення. 6. Сутність лояльності клієнтів. 7. Типи та моделі лояльності. 8. Управління взаємовідносинами з клієнтами. <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 5. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-5: – незадовільний рівень: 0-2 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 3 – 3 бали; 4 – 4 бали; 5 – 5 балів. <i>Тест розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	5



Практичні заняття №9-12	Практичне завдання 6	Перевірка рівня практичної складової сформованих РН4, РН5, РН10 за матеріалом змістового модуля 4. Повністю виконане завдання передбачає збір інформації, визначення рівня лояльності клієнтів до компанії та її продукції (бренда), обґрунтування шляхів підвищення рівня лояльності клієнтів. <i>Перелік завдань, методичні рекомендації та вимоги щодо виконання та оформлення розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Практичне завдання оцінюється комплексно максимально у 5 балів: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 3-5 балів (зараховано).	5
Усього поточний контроль	12			60
Підсумковий контроль				
Залік	Підсумкове тестове завдання	Перевірка рівня теоретичної складової сформованих програмних результатів навчання РН4, РН5, РН10 здійснюється комплексно відповідно до змісту навчальної дисципліни (розділ 3). Теоретичне завдання представлено у форматі комплексного тесту, до якого включено 20 рівнозначних тестових питань з тем усіх змістових модулів. Тестування передбачає відповідь на теоретичні питання (вірною є лише один з альтернативних варіантів відповідей). <i>Перелік тестових питань для самопідготовки розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Тестові питання оцінюються: правильно/неправильно. Кількість рівнозначних питань – 20. Застосовується шкала переведення кількості правильних відповідей у бали з діапазону 0-20: – незадовільний рівень: 0-11 – 0 балів (не зараховано); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу): 12-14 – 12-14 балів; 15-17 – 15-17 балів; 18-20 – 18-20 балів. <i>Тестове завдання розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	20
	Практичне завдання	Перевірка рівня практичної складової сформованих програмних результатів навчання РН4, РН5, РН10 здійснюється комплексно відповідно до змісту навчальної дисципліни (розділ 3) та передбачає розв'язування ситуаційного завдання. <i>Ситуаційне завдання розміщено в профілі даної дисципліни у СЕЗН ЗНУ Moodle.</i>	Ситуаційне завдання оцінюється максимально у 20 балів з урахуванням логічності та повноти відповіді на запитання щодо змісту, правил, обґрунтованості висновків тощо: – незадовільний рівень – 0 балів (не зараховано); – прийнятний рівень (35% - 59% від максимального балу) – 7-11 балів (зараховано умовно); – достатній рівень (60% - 100% від максимального балу) – 12-20 балів (зараховано).	20
Усього підсумковий контроль	2			40



**Засоби діагностики рівня досягнення результатів навчання дисципліни та критерії оцінювання контрольних заходів.*

Тестування. Поточне та підсумкове оцінювання теоретичних завдань здійснюється у формі тестування з використанням платформи дистанційного навчання СЕЗН ЗНУ Moodle відповідно до календарного графіку поточних і підсумкового контролів. Проходження тестів відбувається після ідентифікації здобувача через його персональний аккаунт на сторінці дисципліни: для поточних контролів (Тести 1-5) – до 10 хвилин; для підсумкового (екзаменаційного) тесту – до 30 хвилин під час підсумкового контролю за складеним розкладом.

Процедура оцінювання практичних завдань.

Оцінюванню підлягає виконання здобувачами практичних завдань для кожного змістового модуля під час аудиторних практичних занять і поза аудиторної самостійної роботи. Кожне практичне завдання виконується по мірі опанування здобувачем матеріалу тем відповідного змістового модуля, оформлюється у вигляді файлів MS Word, здається на перевірку через персональний аккаунт у профілі цієї дисципліни в СЕЗН ЗНУ Moodle та після позитивного відгуку викладача захищається у передбачений спосіб (на практичному занятті та/або консультації). Якщо відгук має критичні зауваження з боку викладача, то робота з відповідними коментарями повертається здобувачеві на доопрацювання. Обов'язковою умовою зарахування роботи є усна перевірозна комунікація «здобувач-викладач». У разі дистанційного навчання, захист робіт відбувається з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема при увімкненому відео-режимі Zoom-конференції.

Критерії оцінювання практичних завдань:

5 балів – роботу виконано самостійно та правильно, в повному обсязі із застосуванням раціональних методів; роботу здано на перевірку своєчасно, оформлено охайно; відповіді на запитання, зокрема уточнюючі, при захисті роботи повні та аргументовані, наявні змістовні висновки та ілюстративні приклади;

4 бали – роботу виконано самостійно, в повному обсязі, загалом правильно, але містять незначні помилки; роботу здано на перевірку своєчасно, оформлення має несуттєві зауваження; відповіді на запитання при захисті роботи в цілому повні з незначними недоліками;

3 бали – роботу виконано самостійно, в повному обсязі, загалом правильно, але наявні окремі помилки (наприклад, логічні); роботу здано на перевірку не своєчасно, але без порушення семестрового графіку освітнього процесу поточного навчального семестру; зміст роботи не структуровано, робота оформлена в межах вимог, але має виражений копійчастий характер/містить ознаки використання ШІ; відповіді на запитання, зокрема уточнюючі та додаткові, при захисті роботи не повні або відсутні;

0 балів – роботу не виконано або виконано не самостійно з порушенням принципів академічної доброчесності, зокрема виконано інший варіант завдання, та/або не в повному обсязі; наявні численні арифметичні та змістовні помилки у розрахунках; роботу здано на перевірку з порушенням семестрового графіку освітнього процесу поточного навчального семестру; оформлення роботи не відповідає вимогам, при захисті роботи студент не володіє навчальним матеріалом та/або відповіді на запитання відсутні.

Додаткові (заохочувальні) бали – до 10 балів.

Бальна система стимулювання поза аудиторної навчально-наукової активності здобувачів - це система додаткових балів, яку введено з метою заохочування здобувачів до планомірної, систематичної роботи з поглибленого опанування теоретичним матеріалом і стимулювання їх до творчого підходу та креативного мислення під час виконання практичних завдань, які передбачено цією дисципліною.

Позааудиторна навчально-наукова активність здобувача є однією із форм самоосвіти (неформальна/інформальна) при формуванні результатів навчання цієї дисципліни та має бути підтверджена відповідним документом (диплом, сертифікат, свідоцтво тощо). Зміст позааудиторних навчально-наукових активностей, за які можуть нараховуватися додаткові (заохочувальні) бали, повинні корелювати з результатами навчання дисципліни, зокрема за такі підтверджені види діяльності:

- участь у студентських олімпіадах;
- представлення результатів науково-дослідних робіт здобувача на студентських конкурсах, конференціях;
- наявність власних розробок і підготовленої роботи та презентації в частині науково-дослідних та прикладних досліджень, які проводяться викладачем навчальної дисципліни та відповідають її спрямуванню;
- участь у програмах здобуття неформальної/інформальної освіти (онлайн-курси, розміщені на відкритих навчальних платформах, воркшопи, вебінари, майстер-класи, тренінги тощо - за наявності відповідних сертифікатів);
- інші види та форми активностей у контексті змісту та РН дисципліни.



Якщо результати навчання (знання й уміння), отримані здобувачем під час самоосвіти, відповідають повністю або частково корелюють (неповні, схожі, але зі спорідненої галузі знань тощо) із РН дисципліни, які перевіряються поточними контролюми певного змістового модуля, викладач має право оцінити їх при складанні здобувачем з урахуванням цих додаткових балів, але не перевищуючи максимальний бал за цей поточний контроль відповідно до критеріїв оцінювання. Отримані додаткові бали додаються *понад тих балів*, які здобувач може отримати, виконавши всі обов'язкові види робіт і склавши усі поточні контроли, - ці додаткові бали можуть стати вирішальними для отримання більш високої оцінки за весь курс! Тому, **НАПОЛЕГЛИВО РЕКОМЕНДУЄМО** здобувачеві скористатися цією нагодою та підвищити свій загальний бал (*максимально до 10 балів*), отриманий після виконання всіх обов'язкових видів контрольних заходів.

Результати неформальної/інформальної освіти зараховуються згідно «Положення Запорізького національного університету про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти» (<https://surl.li/okfueu>).

Підсумковий контроль.

До підсумкового семестрового контролю допускаються здобувачі, яким на дату консультації перед підсумковим контролем зараховано поточні контрольні заходи з усіх змістових модулів. Інакше, здобувач ліквідує існуючу поточну заборгованість на консультаціях і може бути допущений до підсумкового контролю за складеним графіком, узгодженим з екзаменатором та деканатом.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі заліку: здобувач проходить підсумковий тест на платформі СЕЗН ЗНУ Moodle та розв'язує ситуаційну задачу, письмово готує відповіді на завдання білету та усно висвітлює свої відповіді викладачу.

Бальне оцінювання відповідей здобувача щодо розв'язку ситуаційної задачі враховує диференційований рівень розуміння (РР) ним опанованого навчального матеріалу на основі таксономії SOLO (Structure of the Observed Learning Outcomes - Структура результатів навчання, які можна спостерігати (як поведінку)), що дозволяє релевантно оцінити рівень сформованості практичної складової програмних результатів навчання (рекомендація МОНУ, лист №1/9-344 від 24.06.2020, <https://surl.li/uldlbv>):

- РР 1: «не знати / не розуміти» - 0 балів (*не зараховано*);
- РР 1+: «частково впоратися із завданням» - 7-11- балів (*зараховано умовно*);
- РР 2: «назвати / розпізнати / виконати дії» - 12 балів (*зараховано*);
- РР 3: «виконати послідовність дій / описувати» - 13-14 балів (*зараховано*);
- РР 4: «порівняти / показати зв'язки» - 14-15 балів (*зараховано*);
- РР 4+: «обґрунтувати / аналізувати» - 16-17 балів (*зараховано*);
- РР 5: «теоретизувати / генерувати гіпотези» - 18-19 балів (*зараховано*);
- РР 5+: «абстрагувати / створювати / формулювати» - 20 балів (*зараховано*).

Практичне завдання підсумкового контролю зараховується здобувачеві, якщо при відповіді на завдання продемонстровано рівень розуміння навчального матеріалу не нижче «РР 2».

Підсумковий контроль вважається *пройденим успішно*, якщо здобувачеві зараховано теоретичне (тестування) та практичне завдання, бали за які підсумовуються і він отримує від 24 до 40 балів, *інакше* бали не додаються до семестрової оцінки (вважаються рівними нулю).

Загальна семестрова бальна оцінка за дисципліну складається як сума бальних оцінок за всі поточні контроли з усіх змістових модулів (з урахуванням додаткових балів за навчально-наукову активність) та за підсумковий контроль і не може перевищувати **100 балів**. Бальна оцінка переводиться у **національну** шкалу та шкалу **ECTS**.

Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національного 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)		
E	60 – 69 (достатньо)	3 (задовільно)	
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)		



6. Основні навчальні ресурси

Рекомендована література

Основна:

1. Маркова С. В., Бікулов Д. Т., Головань О. О., Олійник О. М., Маказан Є. В., Сухарева К. В. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент міжнародного бізнесу». Запоріжжя: ЗНУ, 2025. 101 с.
2. Менеджмент міжнародного бізнесу в умовах Індустрії 4.0 : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. 424 с.
3. Олійник О. М., Головань О. О., Бікулов Д. Т., Маркова С. В., Сухарева К. В., Маказан Є. В. Моделі та методи бізнес-адміністрування : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Бізнес-адміністрування». Запоріжжя: ЗНУ, 2025. 101 с.
4. Сучасні вектори розвитку менеджменту міжнародного бізнесу : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 446 с.
5. Сучасні концепції бізнес-адміністрування : колективна монографія / за заг. ред. Д. Т. Бікулова, О. М. Олійника. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2022. 352 с.

Додаткова:

1. Бізнес-адміністрування. Магістерський курс. / за заг. ред. Л. Г. Мельника, С. М. Ілляшенка, І.М. Сотник. Київ : Університетська книга, 2023. 896 с.
2. Бікулов Д. Т., Олійник О. М., Головань О. О., Бікулов Р. Т., Динчев С. С. Information and Analytical Support for Business Process Management: Conceptual, Methodological and Applied Aspects. *Управління змінами та інновації*. 2025. № 15. С. 132-140.
3. Браун П., Сьюелл К. Клієнти на все життя. Як перетворити разового покупця на постійного клієнта. Львів : Видавництво Старого Лева, 2025. 272 с.
4. Головань О. О. Дослідження уподобань та якості обслуговування споживачів. В кн.: Сучасні вектори розвитку менеджменту міжнародного бізнесу : колективна монографія / за загальною редакцією Д.Т. Бікулова, О.М. Олійника. Запоріжжя, ЗНУ. 2023. 467 с. / За загальною редакцією Бікулов Д. Т., Олійник О. М. ЗНУ: ЗНУ. 2023. С. 7-41.
5. Головань О. О. Інструментальне забезпечення стратегій маркетингу та менеджменту міжнародної компанії на локальних ринках. В кн.: Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту зовнішньоекономічної діяльності : колективна монографія / за загальною редакцією Д.Т. Бікулова, О.М. Олійника. / За загальною редакцією Бікулов Д. Т., Олійник О. М. Запоріжжя: ЗНУ. 2021 С. 99-135.
6. Головань О. О., Олійник О. М., Маркова С. В., Сухарева К. В. Глокальні товарні стратегії ТНК у системі менеджменту міжнародного бізнесу. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 1 (74) 2022. С. 132-140. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.
7. Олійник М. О., Головань О. О., Маркова С. В. Сучасні стратегії stp-маркетингу бізнес-структур в умовах індустрії 4.0. *Галицький економічний вісник*. 2023. Т. 83. № 4. С. 97-105. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04.097.
8. Олійник О. М., Головань О. О., Маркова С. В. Application of modern methods of service quality assessment for diagnostics of higher education institution corporate culture. *Management and entrepreneurship: trends of development*. 2021. № 1(15). С. 65-79.
9. Олійник О. М., Головань О. О., Маркова С. В., Сухарева К. В. Прикладні аспекти застосування моделей ідентичності в системі бренд-менеджменту вітчизняних підприємств харчової промисловості. *Електронне наукове видання «Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку»*. 2024. № 1(27). С. 76-88. URL: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2024-1/27-07>.
10. Олійник О. М., Головань О. О., Сербіненко Н. В. Інструментальне забезпечення менеджменту конкурентоспроможності установ сфери послуг. *Галицький економічний вісник*. 2021. Т. 71. № 4. С. 99-107.
11. Олійник О. М., Головань О. О., Сухарева К. В., Маказан Є. В., Бікулов Д. Т. Трансформація інструментарію бізнес-аналітики в системі ефективності менеджменту маркетингової діяльності підприємства-імпортера. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. № 6. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14603233>.
12. Олійник О. М., Олійник М. О., Головань О. О., Маркова С. В. Theoretical and methodological loyalty management approaches in the conditions of digital transformation. *Management and entrepreneurship: trends of development*. 2024. Т. Vol 2. № 28. С. 61-75.
13. Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Chernev A. Marketing Management, Global Edition. Longman. 2021. 605 p.
14. Dr. Alamelu Mangai Raman and Mr. Jaffer Ali Khan. Marketing Management. San International Scientific Publications. 2024. 240 p.



Інформаційні ресурси

1. Верховна Рада України. URL: <https://www.rada.gov.ua/>
2. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.min.gov.ua>
3. Запорізька обласна державна адміністрація. URL: <http://www.zoda.gov.ua>
4. Сайт інформаційного агентства УНІАН. URL: <https://www.unian.net/economics>
5. Сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Сайт Головного управління статистики у Запорізькій області. URL: <https://www.zp.ukrstat.gov.ua/>
7. Сайт Business UA. URL: <https://businessua.com>
8. Сайт української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>
9. Сайт компанії Nielsen Holdings PLC. URL: <https://nielseniq.com/global/en/>
10. Офіційний сайт Запорізької торгово-промислової палати. URL: <https://www.cci.zp.ua/>
11. Сайт щотижневика «Бізнес». URL: <https://www.business.ua/>
12. Маркетинг в Україні. URL : <https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/>
13. Market Access Map. URL : <https://www.macmap.org/>
14. Access2Markets. URL : <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/>
15. Google Market Finder. URL : <https://cutt.ly/yGDSIQW>



7. Регуляції і політики курсу

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 пропущені 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. 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.

Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов'язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності.

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.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:

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

Цифрова повнотекстова база даних англomовної 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 (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) 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 Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направьте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу oaholov@gmail.com. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.



ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ НА 2025-2026 н.р. доступний за адресою:
https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/1635.ukr.html.

НАВЧАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь 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://lnk.ua/gk4x2wkVy>.

ПОВТОРНЕ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІН. Наявність академічної заборгованості до 6 навчальних дисциплін (у 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. Процедура повторного вивчення визначається [Положенням про порядок повторного вивчення навчальних дисциплін та повторного навчання у ЗНУ: https://lnk.ua/9MVwgEpVz](https://lnk.ua/9MVwgEpVz).

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://lnk.ua/EYNg6GpVZ>. 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://lnk.ua/QRVdWGwe3>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://lnk.ua/3R4avGqeJ>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога **Марти 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: v_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. Спеціалізована допомога: (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://lnk.ua/5pVJr17VP>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ

НАУКОВА БІБЛІОТЕКА: <https://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 ЗАПОРІЗЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (СЕЗН ЗНУ): <https://moodle.znu.edu.ua/>.
Посилання для відновлення паролю: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>.

ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <https://sites.znu.edu.ua/child-advance/>.