

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Декан економічного факультету

Гельман В.М.

« 25 » 08 2025

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

RETENTION-МАРКЕТИНГ

підготовки бакалаврів
денної та заочної форм здобуття освіти
освітньо-професійна програма “Маркетинг”
галузі знань 07 Управління та адміністрування

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

Обговорено та ухвалено
на засіданні кафедри *Управління
персоналом і маркетингу*

Протокол № 1 від “25” серпня 2025 р.

В.о.завідувача кафедри управління
персоналом і маркетингу

(підпис)

В.В.Малтиз
(ініціали, прізвище)

Погоджено

Гарант освітньо-професійної програми

(підпис)

В.В.Малтиз
(ініціали, прізвище)

2025 рік

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Retention-маркетинг



Зв'язок з викладачем (викладачами):

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

E-mail: ma.viktorija@ukr.net

Телефон: (061)228-76-25 (кафедра)

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

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

1. Опис навчальної дисципліни

Метою курсу є формування дієвих стратегій Retention-маркетингу щодо управління увагою клієнта.

Retention-маркетинг – це інструмент, який дозволяє утримувати і повертати аудиторію до компанії та вибудовувати

довгострокові відносини, підвищуючи лояльність аудиторії. Формування відносин з клієнтом дуже специфічний процес, оскільки

клієнти надзвичайно вибагливі, на ринку надзвичайно висока конкуренція і саме правильно вибудована стратегія Retention-маркетингу допомагає вигравати у конкурентів, формувати гачки для утримання увагою клієнтів.

Залучення нових клієнтів та ефективна взаємодія з постійними — ключові завдання українського бізнесу. Незалежно від зовнішніх складнощів, грамотна оптимізація комунікаційних процесів здатна дати результат.

У результаті вивчення курсу студенти вмітимуть:

Досліджувати поведінку споживачів;

Сегментувати ринок та визначати цільову аудиторію;

Формувати портрет цільової аудиторії;

Будувати дієві маркетингові воронки продажів;

Працювати з промтами для уникнення заперечень клієнтів;

Формувати дієві маркетингові креативи;

Ефективний копірайтинг та візуал;

Робота з нейромережами щодо автоматизації Retention-маркетингу.

Паспорт навчальної дисципліни

Нормативні показники	денна форма здобуття освіти	заочна форма здобуття освіти
1	2	3
Статус дисципліни	Вибіркова	
Семестр	3 -й	3-й
Кількість кредитів ECTS	3	
Кількість годин	90 год.	
Лекційні заняття	12 год.	4 год.
Практичні заняття	10 год.	4 год.
Самостійна робота	68 год.	82 год.
Консультації	Середа і Четвер з 13-00 до 14-00 (ZOOM) : Інд: 279 153 7422 , Пароль: 12345	
Вид підсумкового семестрового контролю:	залік	



Посилання на електронний курс у СЕЗН ЗНУ (платформа Moodle)

<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=17194>

2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК 10. Здатність оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.</p>	<p>Наочні методи (кейси, tutorіали, алгоритми).</p> <p>Інтерактивні методи навчання (спрямовані на розвиток критичного мислення, методи, які зосереджені на формування відповідальності, прийнятті рішень, проведенню й оцінюванні вибору; дискусійні методи. Практичні методи (створення проєктів, кративів, айдентики).</p> <p>Метод навчання з використанням сучасних програм.</p>	<p>Методи контролю і самоконтролю: усний, письмовий. Практичні методи (практичні та контрольні завдання).</p> <p>Контрольні заходи: практичні завдання; теоретичне тестування; залік.</p>
<p>Р1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p>Р16. Оперувати інструментами SMM, Targeting, PPC, хмарними технологіями, автоматизувати маркетингові процеси з використанням GPT, CRM.</p>		

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Retention-маркетинг
3.Зміст навчальної дисципліни



Змістовий модуль 1.

Основи Retention-маркетингу

Тема 1. Retention-маркетинг .

Тема 2. Формування стратегій впливу на поведінку споживача.

Змістовий модуль 2.

Робота з клієнтами

Тема 3. Цільова аудиторія.

Тема 4. Воронка продажів.

Змістовий модуль 3.

Залучення і утримання клієнтів

Тема 5. Формування стратегії залучення

Тема 6. Робота зі скриптами та запереченнями

Змістовий модуль 4.

Формування комунікаційних звернень і креативів

Тема 8. Розробка рекламних креативів.

Тема 8. Робота з нейромережами щодо автоматизації Retention-маркетингу



4. Структура навчальної дисципліни

Вид заняття /роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф	з.ф.	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Змістовий модуль 1. Основи Retention-маркетингу				
Лекція 1	Тема 1. Retention-маркетинг .	2	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Практичне заняття 1	Тема 1. Retention-маркетинг .	2	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Самостійна робота	Тема 1. Дослідження кейсів Retention-маркетинг, <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i> Завдання для виконання (зміст) - <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	5	10	
Лекція 2	Тема 2. Формування стратегій впливу на поведінку споживача.	2	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Практичне заняття 2	Тема 2. Формування стратегій впливу на поведінку споживача.	1	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Самостійна робота	Тема 2. Формування стратегій впливу на поведінку споживача <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i> Завдання для виконання (зміст) - <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	12	12	
Змістовий модуль 2. Робота з клієнтами.				
Лекція 3	Тема 3. Цільова аудиторія.	2	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Практичне заняття 3	Тема 3. Цільова аудиторія.	1		<i>1 раз на 2 тижні</i>
Самостійна робота	Тема 3. Формування портрету цільової аудиторії.- Завдання для виконання (зміст) - <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	12	15	
Лекція 4	Тема 4. Воронка продажів	2	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Практичне заняття 4	Тема 4. Воронка продажів	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Retention-маркетинг



Самостійна робота	Тема 4. Формування воронки продажів - Завдання для виконання (зміст) - <i>розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	14	15	
Змістовий модуль 3. Залучення і утримання клієнтів				
Лекція 5	Тема 5. Формування стратегії залучення Тема 6. Робота зі скриптами та запереченнями	2	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Практичне заняття 5	Тема 5. Формування стратегії залучення Тема 6. Робота зі скриптами та запереченнями	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
Самостійна робота	Тема 5. Формування стратегії залучення Тема 6. Робота зі скриптами та запереченнями <i>Завдання для виконання (зміст) - розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	15	15	
Змістовий модуль 4. Формування комунікаційних звернень і креативів				
Лекція 6	Тема 7. Розробка рекламних креативів. Тема 8. Робота з неймережами щодо автоматизації Retention-маркетингу	2	1	<i>1 раз на 2 тижні</i>
Практичне заняття 6	Тема 7. Розробка рекламних креативів. Тема 8. Робота з неймережами щодо автоматизації Retention-маркетингу	2		<i>1 раз на 2 тижні</i>
Самостійна робота	Тема 7. Розробка рекламних креативів. Тема 8. Робота з неймережами щодо автоматизації Retention-маркетингу. -Завдання для виконання (зміст) - розміщено в СЕЗН ЗНУ	15	15	

3. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
Поточний контроль				
Практичне заняття №1 Самостійна робота №1	практичні: усне опитування тестовий контроль завдання кейс	<i>Розміщено в СЕЗН ЗНУ</i>	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10



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

заняття №3 Самостійна робота №3	ситуаційне, кейс, завдання, тестовий контроль , завдання самостійної робота	СЕЗН ЗНУ	розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	
Практичне заняття №4 Самостійна робота №4	практичні: творче завдання, тестовий контроль , завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Практичне заняття №5 Самостійна робота №5	практичні: творче завдання, тестовий контроль , завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Практичне заняття №6 Самостійна робота №6	практичні: усне опитування ,кейс,тестовий контроль завдання	Розміщено в СЕЗН ЗНУ	- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки; - 0 балів: студент не розв'язав задачу.	10
Усього за поточний контроль	6			60

Підсумковий контроль

Залік	Теоретичне завдання (тестування)	Питання для підготовки: Розміщено в СЕЗН	Тестування передбачає 20 питань, кожне питання оцінюється в 0,5 бали	20
--------------	----------------------------------	--	--	-----------

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Retention-маркетинг



		ЗНУ Тестове завдання.		
	Практичне завдання		- 5 балів: студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки; - 3-4 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками; - 2 бали: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками; - 1 бал: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки;	20
			- 0 балів: студент не розв'язав задачу.	
	Усього за підсумковий контроль			40

4.Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS

За шкалою ECTS	За шкалою університету	За національною шкалою	
		Екзамен	Залік
A	90 – 100 (відмінно)	5 (відмінно)	Зараховано
B	85 – 89 (дуже добре)	4 (добре)	
C	75 – 84 (добре)		
D	70 – 74 (задовільно)	3 (задовільно)	
E	60 – 69 (достатньо)		
FX	35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання)	2 (незадовільно)	Не зараховано
F	1 – 34 (незадовільно – з обов'язковим повторниурсом)		

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

6. Основні навчальні ресурси

Основна

1. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120
2. Малтиз В. В. Маркетингові комунікації в Інтернет та соціальних мережах : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістр спеціальності «Маркетинг» освітньо-професійної програми «Маркетинг». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2025. 72 с.
3. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital- маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
4. Вовк Н. С. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг. Львів : Видавництво «Новий світ-2000», 2021. 271 с.
5. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах : навч. посіб. Львів : Видавництво ННВК «АТБ», 2021. 219 с.

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Retention-маркетинг



6. Малтиз В.В. Маркетинг комунікацій і соціальних мереж : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра всіх спеціальностей. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2024. с.120

7. Малтиз В.В. Особливості вимірювання ефективності маркетингових комунікацій від залучення до окупності. Digital tools and information technologies in the development of Ukraine's economy: strategic approaches to transformation : collective monograph / edited by A. V. Cherep, I. M. Dashko, Yu. O. Ohrenych, O. H. Cherep. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2025. 388 p. С. 171-181

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

9. Sustainability benchmarks and progress: EU-Ukraine experience (2024): Makarenko, I., Vorontsova, A. (Eds). The Academic Research and Publishing UG (i. G.) (AR&P, Hamburg, Germany).2024. p. 263

10. Sustainability benchmarks and progress: EU-Ukraine experience (2024): Makarenko, I., Vorontsova, A. (Eds). The Academic Research and Publishing UG (i. G.) (AR&P, Hamburg, Germany).2024. p. 263.

11. Smith P.R., Zook Z. Marketing Communications: Integrating Online and Offline, Customer Engagement and Digital Technologies. Kogan Page, 2024. 472 с.

Додаткова:

1. Digitization of accounting and monitoring of personnel performance indicators. Theoretical and Methodological foundations for the use of Digital technologies in Ukraine through the Implementation of eu Experience: Колективна монографія / за ред. А.В.Череп, І.М.Дашко, Ю.О.Огренич, В.М.Гельман, О.Г.Череп Запоріжжя : ФОП Мокшанов В.В., 2024. Р.237-245

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

3. Роменкська С. Є. Маркетинг соціальних мереж: сучасний виклик. Маркетинг і цифрові технології. 2023. Том 7. No 1. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/287/182>

4. Маркетингові комунікації : підручник / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва, О. І. Кононов, Т. А. Муха; за заг. ред. Н. В. Попової. Харків : «Факт», 2020. 315 с.

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

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

7. Малтиз В. В., Вовченко Д. В., Панфьоров Д. М. ДНК та піраміда бренду як складова маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача. Актуальні проблеми економіки. 2023. No 10 (268). С. 31–38.

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

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/ukr/>

2. Plerdy портал URL:<https://www.plerdy.com/ua/blog/types-of-marketing-strategies/>

3. Офіційний сайт kukurudza URL: <https://kukurudza.com/blog/kontent-plan-dlya-smm/>

4. Сайт АНТ медіа. Контент 2025 URL: <https://www.theantmedia.com/post/kontent-marketing-u-2025---poradi-vid-komandi-spalix-agency>

5. Сайт HUB.kyivstar. Тренди ЦМ. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/trendi-czifrovogo-marketingu-u-2025-rozci-shho-potribno-znati-abi-zalishatisya-konkurentospromozhnimi>

6. Canva. URL: <https://canva.com>.

7. Facebook. URL: <http://facebook.com>.

8. Instagram. URL: <https://instagram.com>.

9. Chat gpt. URL: <https://chatgpt.com/>

10. Gemini. URL: <https://gemini>.



7. Регуляції і політики курсу

Відвідування занять. Регуляція пропусків.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом засвоєння дисципліни. За систематичні пропуски занять та не виконання завдань без поважної причини здобувач вищої освіти буде неатестований з даної дисципліни. Усі пропущені заняття мають бути відпрацьовані під час консультацій або на в системі Moodle. Презентації та виступи мають бути авторськими (оригінальними).

Здобувач вищої освіти повинен дотримуватися академічної етики: виявляти дисциплінованість, вихованість, доброзичливість, чесність, відповідальність, дбайливо ставитись до матеріально-технічної бази університету, виконувати графік освітнього процесу, не допускати академічної заборгованості або вчасно ліквідувати її.

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

Політика академічної доброчесності

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

Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

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

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. Важливі повідомлення загального характеру (оголошення про терміни подання звітів практичних робіт до захисту та ін.) регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам». Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, лист з запитом на електронну пошту викладача має бути підписаний вашим справжнім ім'ям та прізвищем, номером академічної групи.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

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

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

НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.

Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до Положення про організацію та 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 індивідуального навчального плану, регламентуються Змінами до Положення про організацію освітнього

Запорізький національний університет
Силабус навчальної дисципліни
Retention-маркетинг



процесу в ЗНУ: https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/zm_ni_do_polozhennya_pro_or_gan_zats_yu_osv_tn_ogo_protseu_v_znu_z_01_07_2024_.pdf.

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ. Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов'язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/57wha734>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА. Телефон довіри практичного психолога Марті Ірини Вадимівни (061) 228-15-84, (099) 253-78-73 (щоденно з 9 до 21).

УПОВНОВАЖЕНА ОСОБА З ПИТАНЬ ЗАПОБИГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ Запорізького національного університету:

	Банах	Віктор	Аркадійович
Електронна			адреса:
Гаряча лінія: тел. (

РІВНІ МОЖЛИВОСТІ ТА ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ. Центральні входи усіх навчальних корпусів ЗНУ обладнані пандусами для забезпечення доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення. Допомога для здійснення входу у разі потреби надається черговими охоронцями навчальних корпусів. Якщо вам потрібна спеціалізована допомога, будь ласка, зателефонуйте (061) 228-75-11 (начальник охорони). Порядок супроводу (надання допомоги) осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення у ЗНУ: <https://tinyurl.com/ydhcsagx>.

РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ
НАУКОВА БІБЛІОТЕКА:

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

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE):

<https://moodle.znu.edu.ua>

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресою: moodle.znu@znu.edu.ua. У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу. Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю <https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015>. **ЦЕНТР ІНТЕНСИВНОГО**

ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ: <http://sites.znu.edu.ua/confucius>