**СИЛАБУС**

**ОРГАНІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ТА ПР-КАМПАНІЇ**

**Викладач:** д.н із соц. ком., професор Березенко Віта Віталіївна

**Кафедра:** соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, 2й корп. ЗНУ, ауд. 218 (2й поверх)

**Email:** [**berezenkovita2017@gmail.com**](mailto:berezenkovita2017@gmail.com)

**Телефон:** (061) 289-12-17 (кафедра), 289-41-11 (деканат)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Освітня програма, рівень вищої освіти** | | Реклама та зв’язки з громадськістю; Бакалавр | | | | | |
| **Статус дисципліни** | | нормативна | | | | | |
| **Кредити ECTS** | 3 | **Навч. рік** | 2021-2022 2 семестр | **Рік навчання - 2** | | **Тижні** | 15 |
| **Кількість годин** | 90 | **Кількість змістових модулів[[1]](#footnote-1)** | | **8** | **Лекційні заняття – 0 год**  **Лабораторні заняття – 36 год**  **Самостійна робота –** **108 год.** | | |
| **Вид контролю** | *Залік* | | | |  | | |
| **Посилання на курс в Moodle** | | | <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=2264#section-7> | | | | |
| **Консультації:** | | | щочетверга, 12.55-14.15 або за домовленістю чи ел. поштою | | | | |

**ОПИС КУРСУ**

**Мета курсу -**  є засвоєння студентами технологіїї організації рекламної та ПР-кампанії в Україні та за кордоном, оволодінні наукою та мистецтвом планування ПР-кампанії, набуття практичних вмінь з організації компаній в сфері паблік рилейшнз та основних засад практичної діяльності в сфері зв’язків з громадськістю, навичок створення комунікативного процесу в контексті паблік рилейшнз, освоєння основних положень для впровадження PR-заходів, створення PR-продукції різних типів.

Інтерактивний формат курсу, що спонукатиме до дебатів, полеміки, аргументованого відстоювання власної точки зору, орієнтований на розвиток критично важливих для фахівця у галузі реклами та зв’язків із громадськістю навичок ефективної усної й письмової комунікації. Виконання групових практичних завдань та підсумкових групових творчих проектів спонукає до розвитку навичок командної роботи, організаційних та лідерських якостей.

Дисципліна розрахована на один семестр.

**ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ**

**У разі успішного завершення курсу студент зможе:**

* професійно аналізувати рекламну та ПР-діяльність відомих бізнес-структур, політичних та соціальних організацій;
* виявляти рекламні та ПР-проблеми у різних галузях суспільного життя та застосовувати інструменти ПР та реклами для її вирішення;
* формулювати цілі та аналізувати можливі стратегії фахової діяльності у контексті рекламних та ПР-проблеми, що потребує вирішення;
* організовувати і проводити комунікативні заходи (прес-конференція, брифінг, конференція, презентація, круглий стіл);
* складати ефективні рекламні та ПР-тексти різних жанрів;
* застосовувати на практиці нестандартні підходи до вирішення варіативних рекламних та ПР-проблем;
* складати звіт про ефективність рекламної та ПР-кампанії.

**ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ**

*Плани лабораторних занять та завдання, методичні рекомендації до виконання індивідуальних дослідницьких завдань та групових творчих проектів розміщені на платформі Moodle:*

<https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7832>

**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

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

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

* усне опитування і обговорення професійної літератури в галузі реклами та зв’язків із громадськістю (статті, презентації, тези, книги);
* робота у групі над розв’язанням практичного завдання, поставленого викладачем – на кожному лабораторному занятті*;*
* тест-перевірка знань за розділом.

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

* формування добірки рекламних та ПР-кампаній (комерційного і некомерційного типу) (електрон.документ);
* презентація дослідження рекламного та ПР-контенту певної ТМ, бізнесової організації або державної установи щодо визначення її ЦА і творчих ПР-стратегій (електронний та друкований документи);
* створення інфографіки та презентацій для репрезентації завдань лабораторного заняття;
* практико-орієнтоване навчання (case-study).

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

***Теоретичний підсумковий контроль*** – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle) (*max 20 балів)*.

***Захист творчого проекту або індивідуального дослідницького завдання*** *(max 20 балів) здійснюється на заліковому тижні. Публічний захист є обов’язковою вимогою для зарахування результатів за даними видами робіт.*

***Індивідуальне дослідницьке завдання (ІДЗ)*** *варто обрати тим, хто володіє базовими методами ведення наукових досліджень і прагне поглибити власні знання з теорії реклами та зв’язків із громадськістю та опанувати сучасні методи аналізу рекламного та PR-контенту.*

*Тема ІДЗ обирається впродовж перших двох тижнів семестру. Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних конференціях. Методичні рекомендації до виконання ІДЗ та критерії оцінювання див. на сторінці курсу у Moodle:* <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=7832>

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Контрольний захід** | | **Термін виконання** | **% від загальної оцінки** |
| **Поточний контроль (max 60%)** | |  |  |
| *Змістовий модуль 1* | *Вид теоретичного завдання:* опитування, тестування | тиждень 1 -2 | 4% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 1% |
| *Змістовий модуль 2* | *Вид теоретичного завдання:* термінологічний диктант | тиждень 3 -4 | 2% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 1% |
| *Змістовий модуль 3* | *Вид теоретичного завдання*: опитування . | тиждень 5-6 | 2% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 2% |
| *Змістовий модуль 4* | *Вид теоретичного завдання*: опитування. | тиждень 7-8 | 5% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота  Тестування |  | 3%  10% |
| *Змістовий модуль 5* | *Вид теоретичного завдання:* опитування. | тиждень 9-10 | 1% |
| *Вид практичного завдання:* групова робота |  | 5% |
| *Змістовий модуль 6* | *Вид теоретичного завдання*: тестування | тиждень 11-12 | 3% |
|  | *Вид практичного завдання: проектна діяльність* |  | 3% |
| *Змістовий модуль 7* | *Вид теоретичного завдання: термінологічний практикум* | тиждень 13 | 1% |
| *Вид лабораторного завдання: проектна діяльність* |  | 2% |
| *Змістовий модуль 8* | *Вид теоретичного завдання: тестування* | тиждень 14 | 4% |
|  | *Вид практичного завдання: публічна презентація проектної діяльності*  *Тестування* |  | 1%  10% |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** | |  |  |
| *Підсумкове теоретичне завдання:* ***тести (на Moodle)*** | | тиждень 15 | 20 % |
| *Підсумкове практичне завдання* публічна презентація реалізованого соціального проєкту | | тиждень 15 | 20% |
| **Разом** | |  | **100%** |

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень**  **і вид заняття** | **Тема змістового модулю** | **Контрольний захід** | **Кількість балів** |
| ***Змістовий модуль 1*** | | | |
| Тиждень 1  Практичне заняття 1 | Рекламна та ПР-кампанія як комплексний метод вирішення варіативних рекламних та ПР-проблем.  Класифікація рекламних та ПР-кампаній  Аналітичний етап рекламної та ПР-кампанії. | Праналізувати та підготувати презентацію 5 успішних ПР-кампаній, використовуючи ресурс:  «5 успішних соціальних інформаційних кампаній: проекти, що змінюють Україну».  URL:mpapracticum.space/5\_uspishnykh\_sotsialnykh\_informatsiynykh\_kaniy  Праналізувати та підготувати презентацію 5 успішних рекламних кампаній, використовуючи ресурс:  «Українська реклама року. Найкраща українська реклама-2019: Comfy, АТБ, Моршинська, EVA, Планета Кіно та інші». URL: <https://rau.ua/ru/news/luchshaya-ukraynskaya-reklama-2019/> | 3 |
| Практичне заняття 2 |
| Праналізувати та підготувати презентацію 5 успішних ПР-кампаній, використовуючи ресурс:  «5 успішних соціальних інформаційних кампаній: проекти, що змінюють Україну».  URL:mpapracticum.space/5\_uspishnykh\_sotsialnykh\_informatsiynykh\_kaniy  Праналізувати та підготувати презентацію 5 успішних рекламних кампаній, використовуючи ресурс:  «Українська реклама року. Найкраща українська реклама-2019: Comfy, АТБ, Моршинська, EVA, Планета Кіно та інші». URL: <https://rau.ua/ru/news/luchshaya-ukraynskaya-reklama-2019/> | 2 |
|  | ***Змістовий модуль 2*** |  |
| Тиждень 2  Практичне заняття 3 | Теоретичне опрацювання питань з теми «Аналітичний етап рекламної та ПР-кампанії» та підготовка 6-10 слайдів презентації теми про цілі, задачі і методи аналітичного етапу (використовувати теоретичний матеріал до теми) | 2 |
| Тиждень 3  Практичне заняття 4 | Скласти детальний гайд планування рекламної та ПР-кампанії в бізнесовій сфері. | 1 |
| ***Змістовий модуль 3*** | | | |
| Тиждень 4  Практичне заняття 5 | [Практична реалізація рекламної та ПР-кампанії.](https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=62002)  Організація і проведення заходів у рекламні та ПР-кампанії  Рекламне та ПР-звернення як елемент рекламної та ПР-кампанії.  Оцінка ефективності рекламної та ПР-кампанії | Ознайомитися зі статтею Л. Зарванської «Проведення PR-кампанії на прикладі ТОВ «ЮЛІУС ТРЕЙДИНГ» (2014) URL: https://naub.oa.edu.ua/2014/provedennya-pr-kampaniji-na-prykladi-tov-yulius-trejdynh/  Проаналізувати та підготувати конспект у вигляді презентації (7-10 слайдів).  Термінологічний диктант | 2 |
| Практичне заняття 6 | Ознайомитися зі статтею:  Бойко Р.В., Лежанська М.В. «Паблік рилейшнз» у діяльності кондитерської фабрики ROSHEN (2009)  URL:<http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_3/pdf/051-053.pdf>  Проаналізувати та підготувати конспект у вигляді презентації (7-8 слайдів) | 2 |
|  | ***Змістовий модуль 4*** |  |
| Тиждень 5  Практичне заняття 7 | Ознайомитися зі змістом ресурсу: Топ-7 кейсів від Perfect PR  URL**:** <https://perfect-pr.com.ua/top-7-kejsiv-2019-roku-vid-perfect-pr>   Проаналізувати та підготувати конспект у вигляді презентації (7-10 слайдів)  Ознайомитися зі статтею: 10 найкращих рекламних кампаній за 100 років. URL: <https://lifestyle.24tv.ua/ru/den-reklamshhika-2019-ukraine-luchshaja-reklama-za-100-let_n880150>Проаналізувати та підготувати конспект у вигляді презентації (7-8 слайдів). Термінологічний диктант | 5 |
| Тиждень 6  Практичне заняття 8 | 1.Законспектувати статтю  Мироненко В. В. "Ефективності PR-діяльності: варіативність критеріїв та підходів" (2020) URL: http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program\_5e58ee891b319.pdf  Зазначити основні принципи і методи оцінки ефективності ПР-кампаній Конспект представити у вигляді презентації(8-10 слайдів). 2. Ознайомитися з ресурсами:Рекламний ринок України росте навіть під час кризи. У чому його потенціал. URL: <https://forbes.ua/company/reklamnyy-rynok-ukrainy-rastet-dazhe-vo-vremya-krizisa-v-chem-ego-potentsial-13052021-1583> Рекламний ринок України: ретроспектива з 1991 по 2021. Частина 1. URL: <https://ain.ua/special/ukrainian-ad-market-part-1/>  Конспект представити у вигляді презентації (8-10 слайдів).  Підсумкове тестування | 13 |
| ***Змістовий модуль 5*** | | | |
| Тиждень 7  Практичне заняття 9 | PR-креатив як технологія та основа успішної комунікації  Організація рекламних та ПР-кампаній у соціальній галузі.  Екологічна ПР-діяльність.  Рекламні та ПР-кампанії політичних партій та лідерів. | Підготувати доповідь-презентацію (5 слайдів) про використання креативу в ПР, користуючись джерелом:  Креативні технології в PR  URL: <http://ebib.pp.ua/kreativnyie-tehnologii.html> Підготувати доповідь-презентацію (5 слайдів) PR Talks #1: як вимірювати KPI PR-кампаній? URL: <https://promo.semantrum.net/uk/2018/07/31/pr-talks-1-yak-vimiryuvati-kpi-pr-kampanij/>  Записати важливі, на Ваш погляд, тези щодо вимірювання ефективності ПР-дій. | 1 |
| Тиждень 8  Практичне заняття 10 | Розробити рекламну та ПР-кампанію для соціальної сфери на актуальну соціальну тему | 5 |
|  | ***Змістовий модуль 6*** |  |
| Тиждень 9  Практичне заняття 11 | Підготувати презентацію успішної рекламної та ПР-кампанії в екологічній сфері  (15-20 слайдів) | 3 |
| Тиждень 10  Практичне заняття 12 | Богуш Д. 10 секретів політичних кампаній. Київ: Вид-во «Березовська», 2016. 158с.  Користуючись зазначеним навчальним посібником:   1. *Назвіть контрольовані і неконтрольовані засоби масової комунікації у виборчих кампаніях* ( С.76-80). 2. *Опишіть організацію зустрічей з виборцями та передвиборчих турів* (С. 102-123), *відповідаючи на питання*: 3. Які види зустрічей кандидата з виборцями? 4. Що таке кампанія «від дверей до дверей»? 5. Які необхідні дії по організації зустрічі з виборцями? 4. Які можливі контракції опонентів на зустрічах? 6. Що необхідно для проведення передвиборного туру? 7. Які три основні засоби організації покриття території за допомогою передвиборчого туру? | 3 |
| ***Змістовий модуль 7*** | | | |
| Тиждень 11  Практичне заняття 25 | Економічні рекламні та ПР-кампанії  Рекламна та ПР-кампанія як елемент просування у маркетингу | Підготувати план-презентацію удосконалення ПР-кампанії для підприємства ЗАТ «ГАЛИЧИНА» (3-5 слайдів) | 1 |
| Тиждень 12  Практичне заняття 26 | Підготувати презентацію на тему «ПР-кампанія як елемент просування у маркетингу» (7-10 слайдів) | 2 |
| ***Змістовий модуль 8*** | | | |
| Тиждень 13 | Стратегічні бренд-комунікаційні кампанії. | Ознайомитися зі змістом ресурсу:  «Самые успешные PR-кампании в мировой практике Пер. с англ. М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ-Контакт» ИНФРА-М, 2002. (Серия «Современные консалтинговые технологии»)». [URL: http://pr.pstu.ru/wp-content/uploads/2013/11/Самые-успешные-PR-кампании-в-мировой-практике.pdf](URL:%20http://pr.pstu.ru/wp-content/uploads/2013/11/Самые-успешные-PR-кампании-в-мировой-практике.pdf)  Обрати одну із успішних ПР-кампаній (Coca-Cola, VISA, Maxwell House, Kodak, Barbi, Levi's та ін.) та підготувати презентацію державною мовою ( 15-20 слайдів).  Термінологічний диктант | 4 |
| Тиждень 14 | Рекламні та ПР-кампанії із управління іміджем та репутацією. | Ознайомитися зі статтею :  Мазур В.С. Діловий імідж підприємства: етапи та структурні компоненти(2017) URL: <http://www.visnyk-ekon-old.uzhnu.edu.ua/images/pubs/49/49_24.pdf>  Проаналізувати та підготувати конспект у вигляді презентації (7-8 слайдів)  Підсумкове тестування | 1  10 |

**ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА**

**Підручники:**

Королько В.Г., Некрасова О.В. Зв’язки з громадськістю Наукові основи, методика, практика: пілр для студентів вищих навчальних закладів. – Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія». 2009. 831с.

Тихомирова Є.Б. Зв’язки з громадськістю: Навчальний посібник. Київ: НМЦВО, 2001. 560 с. URL: <https://studfile.net/preview/5229449/>

**Посібники:**

Березенко В.В. Теорія PR: Навчально-методичний посібник для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “бакалавр” напряму підготовки “Реклама і зв’язки з громадськістю”. – Запоріжжя: ЗНУ, 2015. – 139 с.

Березенко В.В. Планування PR-діяльності: Навчально-методичний посібник для студентів для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “спеціаліст” спеціальності “Зв’язки з громадськістю. – Запоріжжя : ЗНУ, 2015. –192 с.

**Статті:**

1. Березенко В., Санакоева Н. Роль медиаобразования в восприятии PR-коммуникации / В.Березенко, Н.Санакоєва //Média a vzdělávání 2016 – Media & Education 2016. Media4u Magazine - Journal Department of Economic Teaching Methodology, Faculty of Finance and Accounting, University of Economics, Prague – 2016. – С.9 – 13.
2. Березенко В. В. Соціокультурна природа феномену PR // Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 9 – 10 квітня 2018 р. /редкол. : В. Л. Погребна, Н. В. Островська, І. Ю. Тонкіх та ін. – Д. : ЛІРА, 2018. – С. 128 –131.
3. Зігнітцер Б. Паблік рілейшнз: деякі теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія: Журналістика.* 2004. Вип. 25. С.83-89.
4. Ібрагімова І. Паблік рилейшнз і державне управління. *Вісник Української Академії державного управління при Президентові України.* 2002. №4. С.242-247.

***Інформаційні ресурси:***

1. Бронікова С. А. ПР-діяльність як стратегічний курс модернізації системи професійного навчання державних службовців. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/tppd/2007-1/07bsands.htm/07bsands.htm> (дата звернення 11.09.2019)
2. Бугрим В. В. Політична реклама, PR і виборчі технології в Україні – на минулих і майбутніх президентських та парламентських перегонах. URL: www.piar.kiev.ua (дата звернення 14.08.2019)
3. Вороняк І. “Чорний” піар і “брудні” виборчі технології – різні речі. URL: <http://kolibri.biz.ua/index.php/pr-/34-2010-02-26-16-55-15> (дата звернення 11.09.2019)
4. Жарлінська Р. Категорії “паблік рилейшнз” та “зв’язки з громадськістю” : теоретичний аспект. URL: http://intkonf.org/k-e-n-zharlinska-rg-svirgun-o-kategoriyi-pablik-rileyshnz-ta-zvyazki-z-gromadskistyu-teoretichniy-aspekt (дата звернення 12.08.2019)
5. Залюбовська С. С. Тенденції розвитку міжнародної системи зв’язків з громадськістю. *Економіка та управління національним господарством.* URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/sre/2011\_5/31.pdf
6. Калінін А. С. Інноваційні інструменти у сфері паблик рилейшнз. URL: <http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2010/Economics/75754.doc.htm> (дата звернення 12.08.2019)
7. Кобєлєв В. М. PR: в Україні : сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2011_8/stati/82011_34.pdf> (дата звернення 10.09.2019)
8. Кощій О. В. Сутність соціальної відповідальності бізнесу як економічної категорії. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekfor/2012_2/4.pdf> (дата звернення 12.08.2019)
9. Всеукраинский Портал про PR. URL: <http://propr.com.ua/index.php> (дата звернення 02.08.2019)
10. Полторак В. А. Політичні паблік рилейшнз : історія виникнення, основні функціх таметоди. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Staptp/2011_49/files/ST49_21.pdf> (дата звернення 02.07.2019)

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

**Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

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

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

**Політика академічної доброчесності**

Кожний студент зобов’язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Письмові завдання з використанням часткових або повнотекстових запозичень з інших робіт без зазначення авторства – це *плагіат*. Використання будь-якої інформації (текст, фото, ілюстрації тощо) мають бути правильно процитовані з посиланням на автора! Якщо ви не впевнені, що таке плагіат, фабрикація, фальсифікація, порадьтеся з викладачем. До студентів, у роботах яких буде виявлено списування, плагіат чи інші прояви недоброчесної поведінки можуть бути застосовані різні дисциплінарні заходи (див. посилання на Кодекс академічної доброчесності ЗНУ в додатку до силабусу).

**Використання комп’ютерів/телефонів на занятті**

Будь ласка, вимкніть на беззвучний режим свої мобільні телефони та не користуйтеся ними під час занять. Мобільні телефони відволікають викладача та ваших колег. Під час занять заборонено надсилання текстових повідомлень, прослуховування музики, перевірка електронної пошти, соціальних мереж тощо. Електронні пристрої можна використовувати лише за умови виробничої необхідності в них (за погодженням з викладачем). 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**

Очікується, що студенти перевірятимуть свою електронну пошту і сторінку дисципліни в Moodle та реагуватимуть своєчасно. Всі робочі оголошення можуть надсилатися через старосту, на електронну на пошту та розміщуватимуться в Moodle. Будь ласка, перевіряйте повідомлення вчасно. *Ел. пошта має бути підписана справжнім ім’ям і прізвищем*. Адреси типу user123@gmail.com не приймаються!

***ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2020-2021 рр.***

***ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ 2020-2021 н. р.*** *(посилання на сторінку сайту ЗНУ)*

***АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ.*** Студенти і викладачі Запорізького національного університету несуть персональну відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності, затверджених ***Кодексом академічної доброчесності ЗНУ*:** <https://tinyurl.com/ya6yk4ad>. *Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти* (додається в обов’язковому порядку до письмових кваліфікаційних робіт, виконаних здобувачем, та засвідчується особистим підписом): <https://tinyurl.com/y6wzzlu3>.

***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 навчального плану, регламентуються *Положенням про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/ycds57la>.

***НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА.*** Порядок зарахування результатів навчання, підтверджених сертифікатами, свідоцтвами, іншими документами, здобутими поза основним місцем навчання, регулюється *Положенням про порядок визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті*: <https://tinyurl.com/y8gbt4xs>.

***ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ.*** Порядок і процедури врегулювання конфліктів, пов’язаних із корупційними діями, зіткненням інтересів, різними формами дискримінації, сексуальними домаганнями, міжособистісними стосунками та іншими ситуаціями, що можуть виникнути під час навчання, регламентуються *Положенням про порядок і процедури вирішення конфліктних ситуацій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/ycyfws9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: *Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; *Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

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

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

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

***РЕСУРСИ ДЛЯ НАВЧАННЯ. Наукова бібліотека***: <http://library.znu.edu.ua>. Графік роботи абонементів: понеділок – п`ятниця з 08.00 до 17.00; субота з 09.00 до 15.00.

***ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): https://moodle.znu.edu.ua***

Якщо забули пароль/логін, направте листа з темою «Забув пароль/логін» за адресами:

· для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна

· для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович

У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

Якщо ви вказували електронну адресу в профілі системи Moodle ЗНУ, то використовуйте посилання для відновлення паролю https://moodle.znu.edu.ua/mod/page/view.php?id=133015.

1. **1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита EСTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.** [↑](#footnote-ref-1)
2. *Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів тощо. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!* [↑](#footnote-ref-2)