



МАРКЕТИНГ

Викладач: доктор наук з державного управління, професор Ажажа Марина Андріївна

Кафедра: менеджменту організацій та управління проектами, 11 корпус, ауд. 425

E-mail: azazmarina17@gmail.com

Телефон: 066-911-84-05

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

Освітня програма, рівень вищої освіти:	Інформаційна економіка Бакалавр						
Статус дисципліни:	Нормативна						
Кредити ECTS	3	Навч. рік:	2022-2023	Рік навчання	2	Тижні	14
Кількість годин	90	Кількість змістових модулів¹	4	Лекційні заняття – 26 Практичні заняття – 12 Самостійна робота – 52			
Вид контролю:	Екзамен						
https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=9850							
Консультації: особисті – четвер, з 11:45 до 15:00, 11 корпус, ауд. 425; дистанційні – за попередньою домовленістю Консультації в день проведення лекцій/практичних занять (за попередньою домовленістю). Також можливі он-лайн консультації через електронну пошту. Для погодження часу он-лайн консультацій слід писати на електронну пошту викладача або дзвонити.							

ОПИС КУРСУ

Метою дисципліни є формування у студентів наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингу, набуття вмінь і навичок конкретної маркетингової діяльності, методологічних аспектів організації маркетингової діяльності та її пріоритетів у сучасних умовах.

Завдання дисципліни полягає у вивченні загальних принципів маркетингових відносин, базових категорій маркетингу, конкретного маркетингового інструментарію у вирішенні актуальних управлінських завдань з орієнтацією на потреби й запити споживачів цільових ринків; набуття здатностей до творчого пошуку напрямків удосконалення маркетингової діяльності.

Предметом навчальної дисципліни є загальні закономірності розвитку маркетингу в ринкових умовах, система маркетингу підприємства.

Значення та місце курсу «Маркетинг» у навчальному процесі визначається тим, що вона у комплексі з іншими дисциплінами формує необхідний обсяг економічних знань фахівців.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

Метою викладання навчальної дисципліни є формування у студентів сучасного мислення та *Після опанування даного курсу студент повинен знати:*

- основні поняття, термінологію курсу; теорію еволюції маркетингової концепції управління; характеристику основних елементів концепції маркетингу; характеристику основних складових комплексу маркетингу; класифікацію основних видів маркетингу; теоретичні засади формування маркетингової товарної, цінової, комунікаційної та збутової політики; основні підходи до планування та контролю маркетингової діяльності.

¹ 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредитів ECTS)



Після опанування даного курсу студент повинен уміти:

розв'язувати конкретні маркетингові завдання; застосовувати набуті теоретичні знання при розв'язанні конкретних ситуацій; уміти творчо вирішувати питання пошуку резервів вдосконалення маркетингової діяльності.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

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

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

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

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

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

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

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

КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ

Поточні контрольні заходи (тах 60 балів):

Поточний контроль передбачає такі **теоретичні** завдання:

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

Поточний контроль передбачає такі **практичні** завдання:

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

Підсумкові контрольні заходи(тах 40 балів):

Теоретичний підсумковий контроль – тест на 20 балів (проводиться онлайн на платформі Moodle).

Підсумкове практичне завдання (фінальний проєкт) – підготовка презентації (Microsoft PowerPoint), яка має бути узгоджена з викладачем – 20 балів.

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

Критерії оцінювання фінального проєкту:

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



- 2) завдання виконано частково, з лексичними, орфографічними і граматичними помилками, презентація не відображає зміст проєкту в повному обсязі, частково ілюструє його – 14-8 балів;
3) завдання виконано з великою кількістю помилок, словниковий запас одноманітний, презентація або не відповідає змісту проєкту, або взагалі відсутня – 0-7 балів.

Контрольний захід		Термін виконання	Балів
Поточний контроль (максимум 60 балів)			
Змістовий модуль 1	Тестування №1 (5 питань)	Тиждень 4	5
	Практичні завдання №1, №2		10
Змістовий модуль 2	Тестування №2 (5 питань)	Тиждень 8	5
	Практичні завдання №3, №4		10
Змістовий модуль 3	Тестування №3 (5 питань)	Тиждень 12	5
	Контрольна робота №3 (2 задачі)		10
	Практичні завдання №5, №6		
Змістовий модуль 4	Тестування №4 (5 питань)	Тиждень 16	5
	Контрольна робота №4 (2 задачі)		10
	Практичні завдання №7, №8		
Підсумковий контроль (максимум 40 балів)			
Підсумкове теоретичне завдання		Тестування (10 питань)	20
Підсумкове практичне завдання (захист презентації)		Презентація у програмі Power Point	20
Разом			100

Види робіт, за які передбачено додаткові бали (бали виставляються викладачем по закінченню аудиторного циклу викладання):

– **Оформлення в конспекті лекцій** теоретичного матеріалу, винесеного на самостійне вивчення, у встановлені терміни, а також систематичне та охайне ведення конспекту лекцій – **до 10 балів** за всі завдання (теми);

– **Активна участь** студентів у розв'язуванні завдань та обговоренні теоретичного матеріалу під час практичних та лекційних занять – **до 10 балів** за всі «активності»;

– **Позааудиторна навчальна активність** як один з видів врахування програмних результатів вивчення цієї дисципліни студентом у формі самоосвіти (неформальна або інформальна) та підтвердження їх відповідним документом (диплом, сертифікат, свідоцтво тощо). Якщо програмні результати, отримані під час вивчення конкретного змістового модуля, зі знаннями й уміннями, одержаними під час позанавчальної самоосвіти (онлайн-курси, розміщені на відкритих навчальних платформах, воркшопи, вебінари, майстер-класи, тренінги тощо) відповідають вимогам робочої програми навчальної дисципліни, то студент звільняється від виконання поточних контролів з цього змістового модуля, а результати зараховуються йому «автоматом» з максимальною бальною оцінкою відповідно до критеріїв оцінювання. У випадку, коли програмні результати частково відповідають вимогам (неповні, схожі, але зі спорідненої галузі знань тощо), викладач має право або звільнити студента від складання окремих поточних контролів у межах цього змістового модуля, або при їх складанні оцінити за максимальним балом.

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



Шкала оцінювання: національна та ECTS

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

ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

Основна:

- Афанасьєва О.П. Інтернет-маркетинг :Опорний конспект лекцій. Харків, Харківський державний університет харчування і торгівлі, 2019. 42 с. URL: http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1876/1/161_Інтернетмаркетинг%20опорний%20конспект%20лекцій.pdf
- Балабанова Л.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ / Людмила Веніамінівна Балабанова, Вікторія Вікторівна Холод, Ірина Василівна Балабанова. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с. (Школа маркетингового менеджменту).
- Безугла Л. С. Маркетинг закупівель : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Демчук. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2019. 240 с. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/1709/1/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D1%83%D0%BF%D1%96%D0%B2%D0%B5%D0%B%D1%8C.pdf>
- Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 190 с. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2368/1/%D0%9D%D0%9F.pdf>
- Інтернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие / Internet Marketing. 2018. URL: http://www.marketing.spb.ru/libcomm/internet/digital_strategies_tutorial.htm#ogl1
- Іванова Л. О. Маркетинг послуг : навчальний посібник / Л. О. Іванова, Б. Б. Семак, О. М. Вовчанська. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. 508 с. URL: http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/11841/1/Marketing_poslyg_30.01.2018_%D0%A0%D0%95%D0%94.pdf
- Інтернет-маркетинг: кейси, тренди, інструменти спецкурс для КНУКІМ. 2019 <https://marketing.link/uk/internetmarketing-kejsi-trendi-instrumenti-iii/>
- Катаєв А. В. Маркетинг : навч. посіб.; Харків. торг.- екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. Електрон. текст. дані. Харків : Видавничий центр «Діалог», 2016. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1979_9_2743479.pdf
- Кібік О. М., Котлубай В. О., Хаймінова Ю. В., Нестерова К. С., Калмикова Н. Ю. Маркетинг : навч.-метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с. http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/15545/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Краузе О.І. Маркетингова діагностика конкурентоспроможності підприємства : консп. лекц. / укл. : О. І. Краузе. Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2018. 85 с. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/28684/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%>



B5%D0%BA%D1%82%20%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D0%B9%D1%96%20%D0%9C%D0%94%D0%9A%D0%9F%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BE.pdf

11. Кухарская Н.А. Маркетинг инноваций: учебное пособие / Наталья Александровна Кухарская, Любовь Васильевна Новошинская. Одесса : Атлант, 2016. 216 с.
12. Мальська М.П. Основи маркетингу у туризмі: підруч. / Марта Пилипівна Мальська, Назарій Л. Мандюк. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 336 с.
13. Маркетинг у банках: навч. посібник Р.М. Безус, Л.М. Курбацька, І.Г. Кадирус, А.С. Донських, Д.В. Воловик. Дніпро: Журфонд, 2019. 320 с. URL: <https://dspace.dsau.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/2858/1/Marketing%202019.pdf>
14. Маркетинг у банку : конспект лекцій / укладач О. Ф. Грищенко. Суми : Сумський державний університет, 2018. 68 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/68076/1/Hryshchenko_marketynh.pdf;jsessionid=E28CDBE3A44C2C00531A2E9ABEA43B71
15. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с. URL: <https://kmaesm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/starostina-a.o.-kravchenko-v.a.-prygara-o.yu.-yarosh-dmytrenko-l.o.-2018-marketynng.pdf>
16. Маркетингова цінова політика: навчальний посібник / за заг. ред. Я.С. Ларіної та О.М. Барилевич. К.: 2016. 225 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_2072_83161559.pdf
17. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін. Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. 300 с. URL: https://dspace.dsau.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/2985/1/21_Навч._посіб_Маркетингові_дослідження.pdf
18. Павловська Л. Д., Павловський Д. В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2017. 344 с. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/28969/1/2.%20Навч.%20посібник%20з%20МД.pdf>
19. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1989_11431907.pdf
20. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1989_11431907.pdf
21. Міжнародна торгівля: підруч. затв. МОНУ / Ю. Г. Козак, Т. Sporek, Е. Molendowski [та ін.]. вид. 5-те, перероб. та допов. Київ-Катовіце-Краков: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
22. Міжнародний маркетинг: в питаннях та відповідях: навчальний посібник рекомендовано МОН України / за ред. М. Барановської, Ю. Козака, С. Смичека. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 302 с.
23. Опорний конспект лекцій «Мерчандайзинг» / Укладачі : М. С. Одарченко, Є. Б. Соколова, Л. І. Тренбач. Електрон. дані. Х.: ХДУХТ, 2019. URL: http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/4275/1/2019.1_%D0%BF%D0%BE%D0%B7.59.pdf
24. Перезовова, І. В. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. / І. В. Перезовова, Н. Б. Юрченко. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. 256 с. URL: <http://194.44.112.13/chytalna/6414/index>
25. Петруня Ю. Є. Маркетинг : навчальний посібник / Ю.Є. Петруня, В. Ю. Петруня. 3-те вид., переробл. і доповн. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/l_1656_31348223.pdf
26. Плахотнікова Л.О. ПЗ7 Маркетинг: практикум. Частина II. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 108 с. URL: https://dut.edu.ua/uploads/l_1707_97507936.pdf
27. Савицька Н.Л. Управління результативністю маркетингу: навчально-методичний посібник. У 2-х ч. Ч.1 / Н.Л. Савицька, І.Ю. Мелушова. Харків: ХДУХТ, 2018. 116 с.



<http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/3777/1/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>

28. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHSKO_FINAL_ALL.pdf

29. Четверик О. В. Методичні вказівки до вивчення дисципліни «Маркетинг» для студентів спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економічна кібернетика». К.: ЦП «Компринт». 2020. 75с.

30. Шталь Т. В. Ш87 Міжнародний маркетинг [Електронний ресурс] : навчальний посібник / Т. В. Шталь, І. Е. Астахова, В. О. Козуб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 275 с. URL:

<http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/23343/1/2019-26-%D0%95%D0%9D%D0%9F%20-%D0%A8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%20%D0%A2%20%D0%92%2C%20%D0%90%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%86%20%D0%95%2C%20%D0%9A%D0%BE%D0%B7%D1%83%D0%B1%20%D0%92.%D0%9E..doc%28%D0%98%D0%A1%D0%9F%D0%A0%D0%90%D0%92%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%98%D0%AF%29.pdf>

Додаткова:

1. Бойко О. В., Воронкова В. Г., Ажажа М. А. Теорія організацій: навч.-метод. посібник. Запоріжжя: ЗДІА, 2018. 120 с.

2. Воронкова В. Г. Глобальне управління: навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» освітньо-професійної програми «Публічне управління та адміністрування» та освітньо-професійної програми «Державне управління». Запоріжжя: ЗНУ. 2020. 162 с.

3. Воронкова В. Г., Бойко О. В. Методологія наукового дослідження: Навчально-методичний посібник для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти ЗДІА галузі знань 28 «Управління та адміністрування» освітньо-професійної програми «Менеджмент організацій і адміністрування» спеціальності 071 (281) «Публічне управління та адміністрування» денної і заочної форм навчання. Запоріжжя: ЗДІА, 2018.

4. Філософія управління персоналом: Монографія / В. Г. Воронкова, О. М. Попов, ін. та, А. Г. Беліченко ; В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, О. М. Попов, та ін. ; ред. В. Г. Воронкова ; ЗДІА. Запоріжжя. ЗДІА. 2005. 471 с.

Інформаційні ресурси:

1. База даних «Законодавство України». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>
2. Веб-сайт Всесвітнього банку ООН (World Bank) – фінансова та економічна інформація 190 країн – членів ООН. URL:<http://www.worldbank.org/>
3. Веб-сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua
4. Веб-сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua>
5. Веб-сайт ООН. URL: <http://www.un.org/>
6. Веб-сайт статистичного агентства Європейського союзу Eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat>
7. Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua/>
8. Вся Україна – жителі. URL: <http://nomerorg.one/allukraina/>
9. Головне управління статистики в Запорізькій області. URL: <http://www.zp.ukrstat.gov.ua/>
10. Державний реєстр друкованих ЗМІ. URL: <http://dzmi.informjust.ua/>



-
11. Інформація з маркетингу України. URL: <http://www.marketing.vc>
 12. Кабінет електронних сервісів. URL: <https://kap.minjust.gov.ua/>
 13. Кабінет Міністрів України. URL: <http://www.kmu.gov.ua/>
 14. Наукова бібліотека Запорізького національного університету. URL: <http://library.znu.edu.ua/>
 15. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
 16. Національний портал відкритих даних. URL: <http://data.gov.ua/>
 17. Система електронного забезпечення навчання ЗНУ. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/>
 18. Періодичні вітчизняні та зарубіжні видання: Журнали – «Вісник економічної науки України», «Економіка та держава», «Актуальні проблеми економіки», «Регіональна економіка», «Маркетинг і реклама», «Маркетинг в Україні», «Економіка АПК», «Економіст», «Економіка України», «Бізнес» та інші журнали.
 19. Офіційні сайти мережі Інтернет, законодавчі та нормативні акти



РЕГУЛЯЦІЯ І ПОЛІТИКИ КУРСУ²

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 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 UniCheck. Відповідно до чинних правових норм, плагіатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело. Приклади оформлення цитувань див. на Moodle: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=103857> Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов'язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності (див. посилання у Додатку до силабусу).

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

Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у ЗНУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.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 (контрольних робіт, екзамену) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

Комунікація

Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle.

Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт, коди доступу до сесій у CiscoWebex та ін. – регулярно розміщуються

²Тут зазначається все, що важливо для курсу: наприклад, умови допуску до лабораторій, реактивів і т.д. Викладач сам вирішує, що треба знати студенту для успішного проходження курсу!



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, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу azazmarina17@gmail.com. У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.



ДОДАТОК ДО СИЛАБУСУ ЗНУ – 2022-2023

ГРАФІК НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ: http://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/1635.ukr.html

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

ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ. Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмінь (атестації, заліки, іспити та інші форми контролю) є невід'ємною складовою системи забезпечення якості освіти і проводиться відповідно до *Положення про організацію та методичку 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/y8ggt4xs>.

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/ycyfw9v>. Конфліктні ситуації, що виникають у сфері стипендіального забезпечення здобувачів вищої освіти, вирішуються стипендіальними комісіями факультетів, коледжів та університету в межах їх повноважень, відповідно до: *Положення про порядок призначення і виплати академічних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/yd6bq6p9>; *Положення про призначення та виплату соціальних стипендій у ЗНУ*: <https://tinyurl.com/y9r5dpwh>.

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

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

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

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

ЕЛЕКТРОННЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАННЯ (MOODLE): [HTTPS://MOODLE.ZNU.EDU.UA](https://moodle.znu.edu.ua)

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

- для студентів ЗНУ - moodle.znu@gmail.com, Савченко Тетяна Володимирівна
 - для студентів Інженерного інституту ЗНУ - alexvask54@gmail.com, Василенко Олексій Володимирович
- У листі вкажіть: прізвище, ім'я, по-батькові українською мовою; шифр групи; електронну адресу.

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

Центр інтенсивного вивчення іноземних мов: <http://sites.znu.edu.ua/child-advance/>

Центр німецької мови, партнер Гете-інституту: <https://www.znu.edu.ua/ukr/edu/ocznu/nim>

Школа Конфуція (вивчення китайської мови): <http://sites.znu.edu.ua/confucius>.