

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В. о. декана економічного факультету

В. М. Гельман

«\_\_\_\_\_» 2024 р.



**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА**

підготовки бакалаврів  
денної та заочної форм здобуття освіти  
освітньо-професійна програма Управління персоналом і економіка  
праці спеціальності 075 «Маркетинг»  
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

**ВИКЛАДАЧ: Тимошик Валерія Юріївна, старший викладач кафедри  
управління персоналом і маркетингу**

Обговорено та ухвалено  
на засіданні кафедри управління персоналом і  
маркетингу

Протокол № 1 від “29” серпня 2024 р.  
Завідувач кафедри управління персоналом і  
маркетингу

М.М. Іванов

Погоджено  
Гарант освітньо-професійної програми

Н.В. Терент'єва

2024 рік



**Зв'язок з викладачем (викладачами):**

**Сезн ЗНУ повідомлення:** <https://moodle.znu.edu.ua/user/profile.php?id=6396>

**E-mail:** [tymoshyk.lera@ukr.net](mailto:tymoshyk.lera@ukr.net)

**Телефон:** (061)228-76-25 (кафедра)

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

**Кафедра:** Кафедра управління персоналом і маркетингу, 5корпус, ауд.218-А

## 1. Опис навчальної дисципліни

**Метою** «Маркетингова товарна політика» є формування теоретичних знань та практичних навичок маркетингового планування продукту, оптимізації товарної політики та розроблення товарів і послуг ринкової новизни в умовах цифровізації економіки.

**Предметом вивчення** маркетингової товарної політики є закономірності й методи визначення, створення і підтримування конкурентоспроможного товарного пропонування.

Лекційний матеріал побудований з урахуванням сьогодення та передбачає вирішення основних проблеми підприємства у сучасних умовах обмеженого функціонування, знання дисципліни допоможе студенту вирішувати питання оптимізації асортименту, темпів оновлення продукції з урахуванням стадій життєвого циклу, співвідношення нових та давно існуючих товарів у виробничій програмі, а також нових та освоєних ринків збуту, виходу на ринок з принципово новими видами продукції та зняття з виробничої програми малоефективних товарів

У результаті вивчення дисципліни, здобувачі вищої освіти повинні

**Знати:**

- методи і процеси планування продукту в маркетинговій діяльності;
- вплив факторів формування маркетингової товарної політики підприємства;
- принципи оптимізації товарного портфелю;
- управління та регламентації якості товарів;
- фактори, методи і послідовність оцінювання конкурентоспроможності товару;
- вибір цільового ринку товару;
- управління товаром на рівні номенклатури, товарного асортименту, окремих товарних марок;
- процес розробки нових товарів;
- стандартизацію, сертифікацію та системи ідентифікування продукції;
- планування упаковки товару.

**Уміти:**

- оцінити конкурентоспроможність товару і запропонувати заходи щодо її підвищення і вибрати сегменти для марки;
- розробляти стратегії позиціонування товару на обраному сегменті ринку;
- приймати стратегічні рішення щодо модифікації товарної номенклатури та оптимізувати асортиментні групи (товарні лінії); розраховувати ціну товару залежно від обраного методу ціноутворення;
- формувати конкурентоспроможний товарний портфель та приймати стратегічні та тактичні рішення на рівні торгової марки;
- управляти життєвим циклом товарів в результаті чого вміти проаналізувати ризики та доцільність виводу нового товару на ринок

## 1. Паспорт навчальної дисципліни

Паспорт навчальної дисципліни	
Нормативні показники	денна /заочна форма здобуття освіти



1	2
Статус дисципліни	Обов'язкова
Семестр	7-й
Кількість кредитів ECTS	4
Кількість годин	120
Лекційні заняття	20 год.
Семінарські / Практичні / Лабораторні заняття	20 год.
Самостійна робота	80 год.
Консультації	особисті – за розкладом консультацій на кафедрі; дистанційні – Moodle, електронна пошта.
Вид підсумкового семестрового контролю:	екзамен

## 2. Методи досягнення запланованих освітньою програмою компетентностей і результатів навчання

Компетентності/ результати навчання	Методи навчання	Форми і методи оцінювання
1	2	3
<p>ІК. Здатність визначати та розв'язувати складні економічні задачі та проблеми, приймати відповідні аналітичні та управлінські рішення у сфері економіки або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов та вимог.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій (мотивів).</p>	<p>Пояснювально-ілюстративний метод, репродуктивний метод, метод проблемного викладу, частково-пошуковий, евристичний методи.</p>	<p>Методи оцінювання: усне опитування, письмова перевірка, практичні роботи, розв'язання задач, тестування, розробка презентацій та ситуаційні завдання. Контрольні заходи включають поточний контроль, який здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретних видів навчальної діяльності. Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування. Ще однією формою контрольного заходу є підсумковий контроль, тобто екзамен.</p>



<p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу</p>	<p>Дискусійні методи, ділова гра, дослідницькі методи.</p>	<p>Методи оцінювання: усне опитування, письмова перевірка, практичні роботи, розв'язання задач, тестування, розробка презентацій та ситуаційні завдання. Контрольні заходи включають поточний контроль, який здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретних видів навчальної діяльності. Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування. Ще однією формою контрольного заходу є підсумковий контроль, тобто екзамен.</p>
<p>Програмні результати навчання ПРН1 Демонструвати знання</p>	<p>Частково-пошуковий, евристичний метод.</p>	<p>Методи оцінювання: усне опитування, письмова перевірка, практичні роботи,</p>



<p>і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН2Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН3Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.</p> <p>.ПРН8Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН9Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН10Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p>		<p>розв'язання задач, тестування, розробка презентацій та ситуаційні завдання. Контрольні заходи включають поточний контроль, який здійснюється під час проведення практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретних видів навчальної діяльності.</p> <p>Поточний контроль може проводитися у формі усного опитування або письмового контролю на практичних заняттях, виступів студентів при обговоренні питань на практичних заняттях, а також у формі комп'ютерного тестування. Ще однією формою контрольного заходу є підсумковий контроль, тобто екзамен.</p> <p>Підсумковий контроль, тобто семестровий екзамен, проводиться в усній формі за білетами (відповіді на питання) та у письмовій формі за контрольними завданнями (розв'язання задач), а також за допомогою тестування (через систему Moodle).</p>
---	--	--

### 3. Зміст навчальної дисципліни



## **Змістовий модуль 1. Зміст маркетингової товарної політики**

### ***Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства.***

Значення та сутність маркетингової товарної політики. Структура та цілі маркетингової товарної політики. Торговельний маркетинг. Порівняння маркетингу товарів споживчого попиту та виробничо-технічного призначення. Розробка товару. Елімінація. Обслуговування товару. Планування нової продукції. Модифікування (вдосконалення) товару. Завдання маркетингової товарної політики. Управління товарною номенклатурою. Управління товарним асортиментом. Управління окремими товарами.

### ***Тема 2. Фактори товарного макроклімату.***

Формування маркетингової товарної політики підприємства. Товарний потенціал. Товарний клімат. Фактори товарного макроклімату. Модель п'яти сил конкуренції за М.Портером. Бар'єри входу на певний ринок.

## ***Змістовий модуль 2. Товари і послуги в маркетинговій діяльності***

### ***Тема 3. Товари і послуги в маркетинговій діяльності.***

Товар у маркетингу: поняття, функції, класифікація. Рівні товару. Товар за задумом. Товар у реальному виконанні. Товар з підкріпленням. Ієрархія споживчої цінності.

Товари споживчого призначення. Товари виробничого призначення. Товари повсякденного попиту: основні товари постійного попиту, товари імпульсної купівлі, екстрені товари. Товари попереднього вибору: товари особливого попиту, товари пасивного попиту. Товари тривалого користування. Товари короткочасного користування. Престижні товари. Товари середньої цінової категорії. Дешеві товари.

### ***Тема 4. Показники товарної номенклатури і товарного асортименту.***

Показники товарної номенклатури і товарного асортименту. Товарний асортимент (товарна лінія). Товарна одиниця. Товарна номенклатура. Ширина товарної номенклатури. Глибина товарної номенклатури. Насиченість товарної номенклатури. Гармонійність товарної номенклатури.

## ***Змістовий модуль 3. Ціна в системі ринкових характеристик товару***

### ***Тема 5. Ціноутворення як важливий елемент маркетингу.***

Ціноутворення як важливий елемент маркетингу. Цінність товару з погляду споживача. Ефективне ціноутворення підприємства. Пряма маркетингова цінова політика. Опосередкована маркетингова цінова політика.

### ***Тема 6. Стратегії ціноутворення.***

Стратегії ціноутворення. Стратегія поступового зниження цін. Передумови використання. Стратегія "знімання вершків". Стратегія проникнення. Стратегія





диференціювання цін. Види цінової диференціації. Стратегія престижних цін. Стратегія психологічно комфортних цін. Стратегія послідовного просування сегментами ринку. Стратегія "збиткового лідера". Стратегія гнучких цін. Стратегія стабільних цін. Стратегія цін ринкової переваги. Стратегія цін на товари, зняті з виробництва. Цінова стратегія виживання. Цінові стратегії у межах товарного асортименту. Ціни на доповнювальні товари. Ціни на обов'язкове приладдя. Етапи розробки цінової стратегії.

#### ***Змістовий модуль 4. Якість продукції та методи її оцінювання***

##### ***Тема 7. Якість продукції та методи її оцінювання.***

Поняття якості продукції. Показники якості: призначення, технологічності, надійності, ергономічності, естетичності, економічні, патентно-правові, екологічності, безпеки. Нормативні параметри. Консументні показники.

Управління якістю продукції. Якість виготовлення продукції. Індeksi дефектності. Показником дефектності продукції. Експертний метод оцінки. Вартісний метод. Ланцюжок якості. Петля якості.

Регламентация якості продукції. Технічні вимоги. Правила випробовування та приймання виробу. Методи вимірювання та контролю. Основні вимоги до зберігання та транспортування. Експлуатаційні вимоги. Вимоги до сервісного обслуговування споживача.

##### ***Тема 8. Основні проблеми управління якістю продукції.***

Проблема якості продукції на сучасному етапі. Взаємозв'язок якості товарів з успіхом та ефективністю розвитку національної економіки, конкурентоспроможністю продукції, національним престижем країни. Функції виробництва, спрямовані на покращення якості продукції залежно від характеру діяльності підприємства, організації, фірми. Фактори, що формують та забезпечують якість. Наукові основи управління якістю товарів від Демінга до загального управління якістю (TQM).

#### ***Змістовий модуль 5. Конкурентоспроможність товару та її показники***

##### ***Тема 9. Конкурентоспроможність товару та її показники.***

Сутність конкурентоспроможності товару та класифікація її показників. Конкурентоспроможність товару. Конкурентна перевага. показники споживчих якостей товару. Показники, що характеризують рівень передпродажного та післяпродажного обслуговування. Показники іміджу товару і його товаровиробника. Вартісні показники придбання. Вартісні показники споживання та утилізації.

Методи оцінювання конкурентоспроможності товару. Етапи оцінки конкурентоспроможності товару. Одиничні показники конкурентоспроможності продукції. Комплексний показник конкурентоспроможності продукції (груповий). Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції. Методи оцінки конкурентоспроможності товару: на основі відповідності споживчим вимогам; на основі показника



«рейтинг товару»; на основі відповідності споживчим перевагам; на основі інтегрального показника конкурентоспроможності; на основі кластерного аналізу. Ціна споживання. Метод оцінювання конкурентоспроможності товару на основі кластерного аналізу. Багатофакторний конкурентоспроможності.

### **Змістовий модуль 6. Ринок товарів і послуг**

#### **Тема 10. Ринок товарів і послуг.**

Поняття товарного ринку. Класифікація ринків. Ознака класифікації: за співвідношенням попиту і пропозиції; за рівнем обмеження конкуренції; за характером об'єктів товарного обміну; за сферою виробництва; за характером кінцевого використання товарів; за терміном використання товарів; за територіальним охопленням; за методами товарного обміну; за галузевою належністю об'єктів міжнародного товарного обміну; за товарно-галузевою ознакою.

Елементи інфраструктури товарного ринку. Складові інфраструктури товарного ринку. Вплив елементів ринкової інфраструктури.

Ринкові механізми. Механізм конкуренції. Види конкуренції. Досконала і недосконала конкуренція. Цінова і нецінова конкуренція.

Споживацькі пріоритети різних груп споживачів. Класифікація споживачів: за станом купівельної спроможності; за здатністю адаптації до нових товарів; за стилем життя і мотивацією поведінки. Класифікація споживачів на основі соціологічних підходів.

## **4. Структура навчальної дисципліни**

Вид заняття / роботи	Назва теми	Кількість годин		Згідно з розкладом
		о/д.ф.	з.ф.	о/д.ф.
1	2	3	4	5
Лекція 1	Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства. Тема 2. Фактори товарного макроклімату.	2	2	щотижня /тиждень 1



Запорізький національний університет  
Силабус навчальної дисципліни  
Маркетингова товарна політика



Практичне 1	<p>Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства.</p> <p>Тема 2. Фактори товарного макроклімату. Модель п'яти сил конкуренції за М.Портером. Бар'єри входу на певний ринок.</p> <p>Питання для обговорення: Значення та сутність маркетингової товарної політики. Структура та цілі маркетингової товарної політики. Торговельний маркетинг. Порівняння маркетингу товарів споживчого попиту та виробничо-технічного призначення. Розробка товару. Елімінація. Обслуговування товару. Планування нової продукції. Модифікування (вдосконалення) товару. Завдання маркетингової товарної політики. Управління товарною номенклатурою. Управління товарним асортиментом. Управління окремими товарами.</p> <p>Формування маркетингової товарної політики підприємства. Товарний потенціал. Товарний клімат. Фактори товарного макроклімату. Модель п'яти сил конкуренції за М.Портером. Бар'єри входу на певний ринок.</p>	2	0	щотижня /тиждень 1
Лекція 2	Тема 3. Товари і послуги в маркетинговій діяльності.	20	15	
Практичне 2	<p>Тема 3. Товари і послуги в маркетинговій діяльності</p> <p>Питання для обговорення: Товар у маркетингу: поняття, функції, класифікація. Рівні товару. Товар за задумом. Товар у реальному виконанні. Товар з підкріпленням. Ієрархія споживчої цінності.</p> <p>Товари споживчого призначення. Товари виробничого призначення. Товари повсякденного попиту: основні товари постійного попиту, товари імпульсної купівлі, екстрені товари. Товари попереднього вибору: товари особливого попиту, товари пасивного попиту. Товари тривалого користування. Товари короткочасного користування. Престижні товари. Товари середньої цінової категорії. Дешеві товари..</p>	2	0	щотижня /тиждень 3
Лекція 3	Тема 4. Показники товарної номенклатури і товарного асортименту.	2		щотижня /тиждень 4
Практичне 3	<p>Тема 4. Показники товарної номенклатури і товарного асортименту.</p> <p>Питання для обговорення Показники товарної номенклатури і товарного асортименту. Товарний асортимент (товарна лінія). Товарна одиниця. Товарна номенклатура. Ширина товарної номенклатури. Глибина товарної номенклатури. Насиченість товарної номенклатури. Гармонійність товарної номенклатури.</p>	2	2	щотижня /тиждень 4
Самостійна робота	<p>Тема 1-4</p> <p>Завдання: аналіз факторів внутрішнього середовища PEST-аналіз, аналіз за моделлю п'яти конкурентних сил Портера М. аналізують основні показники галузі (стан конкуренції, ємність, зростання ринку, стан життєвого циклу, бар'єри входу на ринок, прибутковість, інноваційна активність).</p>	20	15	

Запорізький національний університет  
Силабус навчальної дисципліни  
Маркетингова товарна політика



Лекція 4	Тема 5. Ціноутворення як важливий елемент маркетингу.	2	0	щотижня /тиждень 5
Практичне заняття 4	Тема 5. Ціноутворення як важливий елемент маркетингу. Питання для обговорення: Ціноутворення як важливий елемент маркетингу. Цінність товару з погляду споживача. Ефективне ціноутворення підприємства. Пряма маркетингова цінова політика. Опосередкована маркетингова цінова політика			щотижня /тиждень 5
Лекція 5	Тема 6. Стратегії ціноутворення :	2	0	щотижня /тиждень 6
Практичне заняття 5	Тема 6. Стратегії ціноутворення Перелік питань Стратегії ціноутворення. Стратегія поступового зниження цін. Передумови використання. Стратегія "знімання вершків". Стратегія проникнення. Стратегія диференціювання цін. Види цінової диференціації. Стратегія престижних цін. Стратегія психологічно комфортних цін. Стратегія послідовного просування сегментами ринку. Стратегія "збиткового лідера". Стратегія гнучких цін. Стратегія стабільних цін. Стратегія цін ринкової переваги. Стратегія цін на товари, зняті з виробництва. Цінова стратегія виживання. Цінові стратегії у межах товарного асортименту. Ціни на доповнювальні товари. Ціни на обов'язкове приладдя. Етапи розробки цінової стратегії.			
Самостійна робота	Тема 5-6 Завдання проаналізувати найпоширеніші стратегії ціноутворення в різних галузях економіки	20	15	
Лекція 6	Тема 7. Якість продукції та методи її оцінювання	2	0	щотижня /тиждень 7
Практичне заняття 7	Тема 7. Якість продукції та методи її оцінювання Перелік питань: Поняття якості продукції. Показники якості: призначення, технологічності, надійності, ергономічності, естетичності, економічності, патентно-правові, екологічності, безпеки. Нормативні параметри. Консументні показники. Управління якістю продукції. Якість виготовлення продукції. Індеси дефектності. Показником дефектності продукції. Експертний метод оцінки. Вартісний метод. Ланцюжок якості. Петля якості Завдання: групові завдання, одноосібні доповіді	2	2	щотижня /тиждень 7
Лекція 8	Тема 8 Основні проблеми управління якістю продукції			

Запорізький національний університет  
Силабус навчальної дисципліни  
Маркетингова товарна політика



Практичне заняття 8	Тема 8. Основні проблеми управління якістю продукції Перелік питань: Проблема якості продукції на сучасному етапі. Взаємозв'язок якості товарів з успіхом та ефективністю розвитку національної економіки, конкурентоспроможністю продукції, національним престижем країни. Функції виробництва, спрямовані на покращення якості продукції залежно від характеру діяльності підприємства, організації, фірми. Фактори, що формують та забезпечують якість. Наукові основи управління якістю товарів від Демінга до загального управління якістю (TQM). Завдання: вирішення ситуаційних задач	2	0	щотижня /тиждень 8
Лекція 9	Тема 9. Конкурентоспроможність товару та її показники.	2	2	щотижнево тижні /тиждень 9
Практичне заняття 9	Тема 9. Конкурентоспроможність товару та її показники.. Перелік питань: Сутність конкурентоспроможності товару та класифікація її показників. Конкурентоспроможність товару. Конкурентна перевага. показники споживчих якостей товару. Показники, що характеризують рівень передпродажного та післяпродажного обслуговування. Показники іміджу товару і його товаровиробника. Вартісні показники придбання. Вартісні показники споживання та утилізації Завдання: ,опитування вирішення ситуаційних задач.тестові завдання	2	0	щотижня /тиждень 9
Лекція 10	Тема 10. Ринок товарів і послуг	2		щотижня /тиждень 10
Практичне заняття 10	. Тема 10. Ринок товарів і послуг Перелік питань: Поняття товарного ринку. Класифікація ринків. Ознака класифікації: за співвідношенням попиту і пропозиції; за рівнем обмеження конкуренції; за характером об'єктів товарного обміну; за сферою виробництва; за характером кінцевого використання товарів; за терміном використання товарів; за територіальним охопленням; за методами товарного обміну; за галузевою належністю об'єктів міжнародного товарного обміну; за товарно-галузевою ознакою. Елементи інфраструктури товарного ринку. Складові інфраструктури товарного ринку. Вплив елементів ринкової інфраструктури. Завдання: ,опитування вирішення ситуаційних задач.тестові завдання	2	0	щотижня /тиждень 10

Запорізький національний університет  
Силабус навчальної дисципліни  
Маркетингова товарна політика



Самостійна робота	<p>Тема 9-10</p> <p>Методи оцінювання конкурентоспроможності товару. Етапи оцінки конкурентоспроможності товару. Одиничні показники конкурентоспроможності продукції. Комплексний показник конкурентоспроможності продукції (груповий). Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції. Методи оцінки конкурентоспроможності товару: на основі відповідності споживчим вимогам; на основі показника «рейтинг товару»; на основі відповідності споживчим перевагам; на основі інтегрального показника конкурентоспроможності; на основі кластерного аналізу. Ціна споживання. Метод оцінювання конкурентоспроможності товару на основі кластерного аналізу. Багатокутник конкурентоспроможності Ринкові механізми. Механізм конкуренції. Види конкуренції. Досконала і недосконала конкуренція. Цінова і нецінова конкуренція. Споживацькі пріоритети різних груп споживачів. Класифікація споживачів: за станом купівельної спроможності; за здатністю адаптації до нових товарів; за стилем життя і мотивацією поведінки. Класифікація споживачів на основі соціологічних підходів. Завдання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів, презентацій аналітичних звітів</p>	30	20	
Самостійна робота	<p>Тема 14. Міжнародні моделі оплати і стимулювання праці Завдання: пошук та вивчення інформації, вирішення поточних тестів, презентацій аналітичних звітів</p>	30		



## 5. Види і зміст контрольних заходів

Вид заняття/ роботи	Вид контрольного заходу	Зміст контрольного заходу*	Критерії оцінювання та термін виконання*	Усього балів
1	2	3	4	5
<b>Поточний контроль</b>				
Практичне заняття №1	Усне експрес-опитування за темою 1	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 1 практикуму URL :	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 1 бал.	<b>2</b>
	Участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 1 практикуму URL :	1 бал - вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, пропонувати оригінальні рішення	<b>1</b>
	Тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 1. Тестування за темою 1 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 5 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,8 бала.	<b>4</b>
Практичне заняття №2	Усне експрес-опитування за темою 2	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 2 практикуму URL :	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 1 бал.	<b>1</b>
	Односібна доповідь за темою 2	Теоретична доповідь за питаннями теми 2 практикуму URL :	1 бал – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бали – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>1</b>
	Тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 2. Тестування за темою 2 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 5 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,8 бал.	<b>4</b>
Практичне заняття №3	Односібна доповідь за темою 3	Теоретична доповідь за питаннями теми 3 практикуму URL :	1 бал – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бали – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>1</b>
	Участь у дискусії	Пошук, аналіз та обговорення новин на питання теми 3 практикуму URL :	2 бали – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент вміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки.	<b>1</b>

Запорізький національний університет  
Силабус навчальної дисципліни  
Маркетингова товарна політика



	Тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 3. Тестування за темою 3 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 5 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,8 бал.	<b>4</b>
Практичне заняття №4	Участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 3 практикуму URL :	1 бал – вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, пропонувати оригінальні рішення; 0,5 бали – основні положення викладено неповно, наявні помилки, або ж участь не достатньо активна.	<b>1</b>
	Одноосібна доповідь за темою 3	Теоретична доповідь за питаннями теми 3 практикуму URL :	2 бали – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 1 бал – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>1</b>
	Вирішення завдання	Вирішення завдання у темі 3 URL :	4 бал – завдання вирішено, помилок немає.	<b>4</b>
Практичне заняття №5	Усне експрес-опитування за темою 4	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 4 практикуму URL :	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 1 бал.	<b>1</b>
	Участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 4 практикуму URL :	1 бал – вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, пропонувати оригінальні рішення; 0,5 бали – основні положення викладено неповно, наявні помилки, або ж участь не достатньо активна.	<b>1</b>
	Вирішення завдання	Вирішення завдання у темі 3 URL :	4 бал – завдання вирішено, помилок немає.	<b>4</b>
Практичне заняття №6	Одноосібна доповідь за темою 4	Теоретична доповідь за питаннями теми 4 практикуму URL :	1 бал – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бали – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>1</b>
	Аналіз новин	Пошук, аналіз та обговорення новин на питання теми 4 практикуму URL :	1 бал – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент вміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки.	<b>1</b>



Запорізький національний університет  
Силабус навчальної дисципліни  
Маркетингова товарна політика



	Тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 4. Тестування за темою 4 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 5 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,8 бала.	<b>4</b>
Практичне заняття №7	Усне експрес-опитування за темою 5	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 5 практикуму.	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 1 бал.	<b>1</b>
	Одноосібна доповідь за темою 5	Теоретична доповідь за питаннями теми 5 практикуму URL :	1 бал – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бали – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>1</b>
	Тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 5. Тестування за темою 5 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 5 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 08 бала.	<b>4</b>
Практичне заняття №8	Участь у дискусії	Підготовка та участь у дискусії за темою 6 практикуму URL :	1 бал - вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, пропонувати оригінальні рішення	<b>1</b>
	Тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у змістовому модулі 1. Тестування за темами 1-6 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 5 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,8 бала.	<b>4</b>
	Вирішення завдання	: Вирішення завдання у темі 8	Написання відповідей на питання до англомовного тексту оцінюється максимум у 2 бали. 2 бали – відповіді чіткі, логічні, повні, помилки в англійській мові відсутні; 1 бал – відповіді мають окремі помилки змістовного типу та помилки у використанні англійської мови.	<b>1</b>
Практичне заняття №9	Усне експрес-опитування за темою 7	Відповідь на теоретичне питання експрес-опитування за темою 7 практикуму URL :	Правильна відповідь студента на одне теоретичне питання оцінюється в 1 бал.	<b>1</b>
	Участь у мозковому штурмі	Підготовка та участь у мозковому штурмі за темою 7 практикуму URL :	2 бали – вміння чітко, логічно та повно викладати основні положення, аргументовано відстоювати точку зору, пропонувати оригінальні рішення; 1 бал – основні положення викладено неповно, наявні помилки, або ж участь недостатньо активна.	<b>4</b>
	Вирішення завдання	Вирішення завдання розміщених у темі 9	1 бал – ребуси вирішено, помилок немає.	<b>1</b>

Запорізький національний університет  
Силабус навчальної дисципліни  
Маркетингова товарна політика



		практикуму URL :		
Практичне заняття №10	Аналіз новин	Пошук, аналіз та обговорення новин на питання теми 7 практикуму URL :	1 бал – підбір новин відповідає заявленій проблемі, студент уміє аналізувати зібрану інформацію та робити відповідні висновки.	<b>1</b>
	Одноосібна доповідь за темою 7	Теоретична доповідь за питаннями теми 7 практикуму URL :	1 бал – доповідь характеризується глибокими, узагальненими, системними знаннями, повна і послідовна; 0,5 бали – доповідь або ж знання неповні, поверхневі. Студент відтворює основний навчальний матеріал, але недостатньо осмислено, не вміє самостійно аналізувати, робити висновки.	<b>1</b>
	Тестові завдання у системі дистанційного навчання Moodle	Питання для підготовки: питання за теоретичним матеріалом, пройденим у темі 7. Тестування за темою 7 проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 5 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,8 бала.	<b>4</b>
<b>Підсумковий контроль</b>				
<b>Екзамен</b>	Усна відповідь на два теоретичних питання	Питання для підготовки до підсумкового контролю викладено у СЕЗН ЗНУ: URL : <a href="https://tinyurl.com/3t3mpxs5">https://tinyurl.com/3t3mpxs5</a>	Завдання містить два теоретичних питання, кожне з яких оцінюється в 5 балів Результат виконання студентом кожного теоретичного завдання оцінюється за такою шкалою: – 5 балів – повне висвітлення питання, уміння самостійно оцінювати різноманітні ситуації, явища, факти, виявляти і відстоювати особистісну позицію; – 4 бали – висвітлення суттєвих ознак, понять, явищ, закономірностей, зв'язків між ними. – 3 бали – часткове висвітлення питання. – 1-2 бали – поверхнєве висвітлення питання.	<b>10</b>
	Тестування	Тестування проводиться в СЕЗН ЗНУ.	Тестове завдання складається з 20 тестових питань. За правильну відповідь на одне питання студент отримує 0,25 бала.	<b>5</b>
	Визначення категорій	Усно дати визначення категорій	Завдання складається з 5 категорій. За правильну визначення однієї категорії студент отримує 1 бал	<b>5</b>



	Індивідуальне навчально-дослідне завдання	Виконання індивідуального навчально-дослідного завдання із заданої теми, презентаційний (графічний, наочний) матеріал, знання дослідженого матеріалу та здатність самостійно проаналізувати та ґрунтовно охарактеризувати матеріал дослідження	Максимальна оцінка, яку студент може отримати за виконання індивідуального завдання, становить 20 балів (15 балів - звіт, 5 балів - презентація). Критерії оцінювання звіту: 15 балів - повне розкриття теми, наявність власної думки, висновків та списку використаних літературних джерел; 10-14 балів - тема розкрита не повністю, наявні помилки в оформленні; 5-9 балів - наявні матеріали, які не дозволили студенту розкрити тему, відсутня думка студента; 1-4 бали - наявні окремі матеріали, які не дозволяють оцінити думку студента щодо теми дослідження. Критерії оцінювання презентації: 5 балів - презентація точно відповідає темі, містить важливу інформацію, має чітку, логічно вибудовану структуру, робота є прикладом високого рівня володіння комп'ютерними технологіями; 3-4 бали - загалом презентація відповідає темі і є досить інформативною, прослідковується певна структура в розміщенні інформації, проте естетичний вигляд дещо поє недостатньо чітка структура розміщення інформації та не зовсім доречна графіка оформлення. 1-2 бали - містить близький за тематикою матеріал, але не несе важливої інформативної функції, важко вловити структуру подання інформації, графіки і таблиці відсутні, естетичний вигляд незадовільний (відсутня чітка структура розміщення інформації, недоречна графіка оформлення).	<b>20</b>
<b>Усього за підсумковий контроль</b>	<b>4</b>			<b>40</b>



**Шкала оцінювання ЗНУ: національна та ECTS**

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

## 6. Основні навчальні ресурси

### Основна:

#### Основна:

1. Вершигора Є. Ю. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ. Тернопіль : Астон, 2015. 407 с.
2. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для самост. вивчення
3. / Л.О. Попова, О.В. Данніков, О.М. Прядко; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. Харків : ХДУХТ, 2015. 213 с.
4. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 246 с.
5. Зоріна О. І., Сиволовська О. В. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Харків : УкрДУЗТ, 2015. 190 с.

#### Додаткова:

1. Агеєв Є.Я. Управління якістю : навчально-методичний посібник для самостійної роботи по вивченню дисципліни. Львів: «Новий Світ-2000», 2010. 240 с.
2. Балабанова Л. В., Бриндіна О. А. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств. Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. 230 с.
3. Заблюдська І. В. Товарна політика підприємства: механізм формування. Луганськ : СНУ, 2006. 240 с.
4. Дайновський Ю.А. Товарна інноваційна політика : навчальний посібник. Львів : Новий Світ – 2000, 2010. 244 с.
5. Дима О. О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства
6. : монографія. Київ : КНЕУ, 2015. 431 с.
7. Маркетингова товарна політика: підручник / Є. Крикавський, І. Дейнега, О. Дейнега, Р. Патора. 3-тє вид., доп. і перероб. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. 360 с.
8. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика : підручник для студ. вищ. навч. закл. Суми : Університетська книга, 2005. 232 с.
9. Кардаш В. Я., Антонченко М. Ю. Маркетингова товарна політика : навч.- метод. посібник для самост. вивчення дисципліни. 3-тє вид., доп. та перероб. Київ : КНЕУ, 2006. 248 с.
10. Кардаш В. Я., Шафалюк О. К., Антонченко М. Ю. Маркетингова товарна політика: підруч. 2-е вид., зі змінами. Київ : КНЕУ, 2009. 419 с.
11. Корольчук О. П., Лошенко І. Р., Любківська Г. В. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2011. 345 с.



12. Кучеренко В. Д., Ткаченко Н. Б. Маркетингова товарна політика :
  13. підручник. Київ : КНТЕУ, 2005. 186 с.
- Stadnyk V., Sokoliuk G., Holovchuk J. Institutional component of competitiveness risks and development of socio-economic systems. Business Risk in Changing Dynamics of Global Village. Ternopil. 2019, 514 p. pp. 28— 40.
- Дума, О.О. (2016), "The marketing commodity policy of an intermediary enterprise is a key means of implementing the principles of sustainable development." Ekonomichnyy prostrir, vol. 105, pp. 174—189, available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros\\_2016\\_105\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2016_105_20) (Accessed 01 Dec 2019).

Інформаційні джерела:

1. Глобальна мережа екологічного маркування. URL : <http://ecolabel.org.ua>
2. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А. В. Шевченко, О. С. Борисенко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. – К. : НАУ, 2022. – 68 с <https://cutt.ly/h09kQAE>

## 7. Регуляції і політики курсу

### Відвідування занять. Регуляція пропусків.

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

### Політика академічної доброчесності

Студенти, що вдалися до списування, плагіату чи інших проявів недоброчесної поведінки за написання есе отримують нуль балів відповідно до Кодексу академічної доброчесності ЗНУ. URL : [https://www.znu.edu.ua/docs/kodeks\\_akadem\\_chnoyi\\_dobrochesnost\\_.pdf](https://www.znu.edu.ua/docs/kodeks_akadem_chnoyi_dobrochesnost_.pdf)

### Використання комп'ютерів/телефонів на занятті

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

### Комунікація

Комунікація викладача зі студентами здійснюється за допомогою повідомлень у СЕЗН Moodle; через електронну пошту викладача, месенджери Telegram та Viber.

Викладач відповідатиме на запити студентів у термін до трьох робочих днів.

Запитання студентів мають стосуватися вивчення курсу «Сучасні тенденції глобалізації» і бути чіткими та стислими.

### Визнання результатів неформальної/інформальної освіти

Право на визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті поширюється на здобувачів вищої освіти усіх рівнів вищої освіти Університету. [https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj\\_viddil/normatyvna\\_basa/polozhennya\\_znu\\_pro\\_poryadok\\_viznannya\\_rezul\\_tat\\_v\\_navchannya.pdf](https://sites.znu.edu.ua/navchalnyj_viddil/normatyvna_basa/polozhennya_znu_pro_poryadok_viznannya_rezul_tat_v_navchannya.pdf)

Визнання результатів навчання у неформальній та/або інформальній освіті дозволяється здобувачам ступеня вищої освіти магістр для дисципліни «Сучасні тенденції глобалізації» протягом першого місяця навчання.

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

## ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ГРАФІК ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 2024-2025 н. р. доступний за адресою:



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

**НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ.** Перевірка набутих студентами знань, навичок та вмій (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/y cds571a>.

**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 ЗАПОБІГАННЯ ТА ВИЯВЛЕННЯ КОРУПЦІЇ** Запорізького національного університету: **Банах Віктор Аркадійович**  
Електронна адреса: [v\\_banakh@znu.edu.ua](mailto: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. 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>



*Запорізький національний університет*  
*Силабус навчальної дисципліни*  
*Маркетингова товарна політика*



Якщо забули пароль/логіні, направте листа з темою «Забув пароль/логіні» за адресою: [moodle.znu@znu.edu.ua](mailto:moodle.znu@znu.edu.ua).

У листі вкажіть: прізвище, імя, 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>