

## МІЖНАРОДНІ КАНАЛИ РОЗПОДІЛУ

**Викладач:** д.е.н., професор Іванов Микола Миколайович

**Кафедра:** управління персоналом і маркетингу, V корп. ЗНУ, ауд. 218а (2<sup>й</sup> поверх)

**Email:** [nn\\_iva@ukr.net](mailto:nn_iva@ukr.net)

**Телефон:** (061) 228-76-25 (кафедра)

**Інші засоби зв'язку:** Viber, Zoom

|                                       |       |                                          |                                                                                                                   |                  |                                                                                        |    |
|---------------------------------------|-------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Освітня програма, рівень вищої освіти |       | Маркетинг, бакалавр                      |                                                                                                                   |                  |                                                                                        |    |
| Статус дисципліни                     |       | Вільного вибору студентів                |                                                                                                                   |                  |                                                                                        |    |
| Кредити ECTS                          | 4     | Навч. рік                                | 2021-2022<br>2 семестр                                                                                            | Рік навчання - 4 | Тижні                                                                                  | 12 |
| Кількість годин                       | 120   | Кількість змістових модулів <sup>1</sup> |                                                                                                                   | 6                | Лекційні заняття – 20 год<br>Практичні заняття – 20 год<br>Самостійна робота – 80 год. |    |
| Вид контролю                          | Залік |                                          |                                                                                                                   |                  |                                                                                        |    |
| Посилання на курс в Moodle            |       |                                          | <a href="https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=3382">https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=3382</a> |                  |                                                                                        |    |
| Консультації:                         |       |                                          | о понеділка, 11.00-12.55 або за домовленістю чи ел. поштою                                                        |                  |                                                                                        |    |

## ОПИС КУРСУ

**Завдання** дисципліни є надати студентів знання в сфері сегментації міжнародного ринку; засвоєння студентами знань з макросегментації, тобто сегментації цілих країн і регіонів по їх географічним, екологічним, демографічним, політико-правових, економічних, науково-технічних, соціально-культурних особливостей; мікросегментації, коли відбувається подальший поділ відібраних великих сегментів ринків на однорідні за своїми запитами і вимогам групи споживачів з урахуванням майнових, географічних, демографічних, психографічних і інших критеріїв, а також по однотипності реакції окремих груп споживачів на маркетингові заходи впливу, наприклад рекламу, цінову політику, методи збуту та інші.

**Метою** навчальної дисципліни «Міжнародний маркетинг» при підготовці бакалаврів є набуття у майбутніх фахівців теоретичних та практичних навичок, а також сформувати знання сфері аналізу сегментації міжнародного ринку.

## ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

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

- 1) аналізувати міжнародний ринок і проводити дослідження сегментації міжнародного ринку;
- 2) обґрунтовувати рішення про по сегментації зовнішнього ринку;
- 3) використовувати інструменти дослідження міжнародного ринку;
- 4) враховувати аспекти розвитку міжнародного бізнес-середовища при дослідженні сегментації ринку;
- 5) розробляти заходи щодо підвищення конкурентоспроможності товару і компанії на закордонних ринках з застосуванням залучення нових котикувачів.

<sup>1</sup> 1 змістовий модуль = 15 годин (0,5 кредита ECTS). Детальна формула розрахунку – в рекомендаціях.

## ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ

- Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-є, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.
  - Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теорія, моделі та бізнес технології: Монографія. Київський національний економічний університет – До.: КНЕУ, 2004. – 396 с.
- + 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 практичних завдань.
- Теоретичні тести за пройденим матеріалом – 2 тести по 10 балів кожен (за 1й і 2й півсеместри, проводиться онлайн на платформі Moodle).

Поточний контроль передбачає такі **практичні** завдання:

- Виконання практичних завдань та захист отриманих результатів (завдання до практичних робіт з дисципліни у Moodle).
- Виконання практичних завдань додаткового рівня та захист отриманих результатів (завдання до практичних робіт з дисципліни у Moodle).

### Підсумкові контрольні заходи (тах 40 балів):

**Підсумковим контрольним заходом є залік.**

Критерії оцінювання заліку. Максимальна оцінка, яку студент може отримати за залік складає 40 балів. Залік містить два завдання: теоретичне і практичне, кожне з яких оцінюється в 20 балів.

Результат виконання студентом кожного теоретичного завдання оцінюється за такою шкалою:

- 20 балів (максимальна оцінка): студент правильно відповів на теоретичне питання;
- 19-15 балів: студент дав не повну відповідь без суттєвих помилок або з незначними помилками;
- 14-9 балів: студент отримує у випадку, якщо він відповідає не менше ніж на 30 % питання, зокрема знає тільки визначення понять та з загальних рисах може відповісти на поставлене запитання;
- 8-3 бали: студент отримує у випадку, якщо він знає тільки визначення понять;
- 0 балів: студент не відповів на питання або дав не правильну відповідь.

Результат виконання практичного завдання на комп'ютері оцінюється за такою шкалою:

- 20 балів (максимальна оцінка): студент правильно та у повному обсязі розв'язав задачу і зробив висновки;
- 19-12 балів: студент розв'язав задачу не в повному обсязі з незначними помилками;
- 11-7 балів: студент розв'язав задачу не в повному обсязі із значними помилками;
- 6-2 бали: студент не розв'язав задачу, але допустив помилку у формулі та зробив спробу зробити висновки;
- 0 балів: студент отримує у випадку, якщо він не розв'язав задачу.

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

| За шкалою ECTS | За шкалою університету | За національною шкалою |
|----------------|------------------------|------------------------|
|                |                        | Залік                  |
| A              | 90 – 100 (відмінно)    | Зараховано             |
| B              | 85 – 89 (дуже добре)   |                        |
| C              | 75 – 84 (добре)        |                        |
| D              | 70 – 74 (задовільно)   |                        |
| E              | 60 – 69 (достатньо)    |                        |

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
Силабус навчальної дисципліни**



|    |                                                            |               |
|----|------------------------------------------------------------|---------------|
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | Не зараховано |
| F  | 1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом)    |               |

| Контрольний захід                  |                                                                                                                                               | Термін виконання | % від загальної оцінки |
|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------|
| <b>Поточний контроль (max 60%)</b> |                                                                                                                                               |                  |                        |
| Змістовий модуль 1                 | Вид теоретичного завдання: опитування на парі                                                                                                 | тиждень 1-2      |                        |
|                                    | Вид практичного завдання: Міжнародна маркетингова концепція в діяльності фірми згідно з практичним завданням Moodle.                          | тиждень 1        | 4%                     |
|                                    | Вид практичного завдання: Створення відділу маркетингу на підприємстві, що працює на міжнародному ринку згідно з практичним завданням Moodle. | тиждень 2        | 4%                     |
| Змістовий модуль 2                 | Вид теоретичного завдання: опитування на парі                                                                                                 | тиждень 3-4      |                        |
|                                    | Вид практичного завдання: Оцінка інформації маркетингу згідно з практичним завданням Moodle. згідно з практичним завданням Moodle.            | тиждень 3        | 4%                     |
|                                    | Вид практичного завдання: Оцінка конкурентного середовища згідно з практичним завданням Moodle.                                               | тиждень 4        | 4%                     |
| Змістовий модуль 3                 | Вид теоретичного завдання: опитування на парі                                                                                                 | тиждень 5-6      |                        |
|                                    | Вид практичного завдання: Експорт та імпорт продуктів харчування згідно з практичним завданням Moodle.                                        | тиждень 5        | 4%                     |
|                                    | Вид практичного завдання: Оцінка частки ринку і лояльності споживачів до товарної марки фірми згідно з практичним завданням Moodle.           | тиждень 6        | 4%                     |
|                                    | Вид теоретичного завдання: опитування на парі(Тестування за змістовими модулями 1-3 на платформі Moodle)                                      | Тиждень 6        | 10%                    |
| Змістовий модуль 4                 | Вид теоретичного завдання: опитування на парі                                                                                                 | тиждень 7-8      |                        |
|                                    | Вид практичного завдання: Аналіз результатів опитування споживачів згідно з практичним завданням Moodle.                                      | тиждень 7        | 4%                     |

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
Силабус навчальної дисципліни



|                                                          |                                                                                                                     |             |             |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
|                                                          | <i>Вид практичного завдання: Оцінка споживацьких переваг на ринку згідно з практичним завданням Moodle.</i>         | тиждень 8   | 4%          |
| Змістовий модуль 5                                       | <i>Вид теоретичного завдання: опитування на парі(Тестування за змістовими модулями 3-4 на платформі Moodle)</i>     | Тиждень9-10 |             |
|                                                          | <i>Вид практичного завдання: Пошук цільового сегменту згідно з практичним завданням Moodle.</i>                     | Тиждень9    | 4%          |
|                                                          | <i>Вид практичного завдання: Комплекс маркетингу у зовнішньому середовищі згідно з практичним завданням Moodle.</i> | Тиждень10   | 4%          |
| Змістовий модуль 6                                       | <i>Вид теоретичного завдання: опитування на парі(Тестування за змістовими модулями 3-6 на платформі Moodle)</i>     | Тиждень11   | 10%         |
| <b>Підсумковий контроль (max 40%)</b>                    |                                                                                                                     |             |             |
| <i>Підсумкове теоретичне завдання: залік (на Moodle)</i> |                                                                                                                     | тиждень 11  | 20%         |
| <i>Підсумкове практичне завдання: залік (на Moodle)</i>  |                                                                                                                     | тиждень 11  | 20%         |
|                                                          |                                                                                                                     |             | <b>100%</b> |

### РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ

| Тиждень і вид заняття | Тема заняття                                                                                                        | Контрольний захід                      | Кількість балів |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------|
| Змістовий модуль 1    |                                                                                                                     |                                        |                 |
| Тиждень 1             |                                                                                                                     |                                        |                 |
| Лекція 1              | Сутність та роль міжнародного маркетингу в розвитку світової економіки                                              |                                        |                 |
| Практична робота 1    | Міжнародна маркетингова концепція в діяльності фірми згідно з практичним завданням Moodle.                          | 1. Проаналізувати отримані результати. | 4               |
| Тиждень 2             |                                                                                                                     |                                        |                 |
| Лекція 2              | Сучасне середовище міжнародного маркетингу.                                                                         |                                        |                 |
| Практична робота 2    | Створення відділу маркетингу на підприємстві, що працює на міжнародному ринку згідно з практичним завданням Moodle. | 1. Проаналізувати отримані результати. | 4               |
| Змістовий модуль 2    |                                                                                                                     |                                        |                 |
| Тиждень 3             |                                                                                                                     |                                        |                 |

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**  
**Силабус навчальної дисципліни**



|                    |                                                                                                           |                                                           |    |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----|
| Лекція 3           | Міжнародна маркетингова інформація і дослідження.                                                         |                                                           |    |
| Практична робота 3 | Оцінка інформації маркетингу згідно з практичним завданням Moodle.                                        | 1. Проаналізувати отримані результати.                    | 4  |
| Тиждень 4          |                                                                                                           |                                                           |    |
| Лекція 4           | Міжнародна конкуренція та конкурентоспроможність.                                                         |                                                           |    |
| Практична робота 4 | Оцінка конкурентного середовища послуг згідно з практичним завданням Moodle.                              | 1. Проаналізувати отримані результати.                    | 4  |
| Змістовий модуль 3 |                                                                                                           |                                                           |    |
| Тиждень 5          |                                                                                                           |                                                           |    |
| Лекція 5           | Міжнародна конкурентоспроможність підприємств.                                                            |                                                           |    |
| Практична робота 5 | Експорт тв імпорт продуктів харчування згідно з практичним завданням Moodle.                              | 1. Проаналізувати отримані результати.                    | 4  |
| Тиждень 6          |                                                                                                           |                                                           |    |
| Лекція 6           | Конкурентний товар — основа успішного впровадження на світовий ринок.                                     |                                                           |    |
| Практична робота 6 | Оцінка частки ринку і лояльності споживачів до товарної марки фірми згідно з практичним завданням Moodle. | 1. Проаналізувати отримані результати.                    | 4  |
|                    | Підсумковий півсеместровий контроль (теоретичний)                                                         | Тестування за змістовими модулями 1-2 на платформі Moodle | 10 |
| Змістовий модуль 4 |                                                                                                           |                                                           |    |
| Тиждень 7          |                                                                                                           |                                                           |    |
| Лекція 7           | Сегментування цільових закордонних ринків і позиціонування товарів.                                       |                                                           |    |
| Практична робота 7 | Аналіз результатів опитування споживачів згідно з практичним завданням Moodle.                            | 1. Проаналізувати отримані результати.                    | 4  |
| Тиждень 8          |                                                                                                           |                                                           |    |



|                     |                                                                                    |                                                           |    |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----|
| Лекція 8            | Міжнародний комплекс маркетингу.                                                   |                                                           |    |
| Практична робота 8  | Оцінка споживацьких переваг на ринку згідно з практичним завданням Moodle          | 1. Проаналізувати отримані результати.                    | 4  |
| Змістовий модуль 5  |                                                                                    |                                                           |    |
| Тиждень 9           |                                                                                    |                                                           |    |
| Лекція 9            | Методи поширення товарів і послуг на зовнішньому ринку.                            |                                                           |    |
| Практична робота 9  | Пошук цільового сегменту згідно з практичним завданням Moodle.                     | 1. Проаналізувати отримані результати                     | 4  |
| Тиждень 10          |                                                                                    |                                                           |    |
| Лекція 10           | Перспективи та сучасні технології у міжнародному каналу розподілу.                 |                                                           |    |
| Практична робота 10 | Комплекс маркетингу у зовнішньому середовищі згідно з практичним завданням Moodle. | 1 Проаналізувати отримані результати                      | 4  |
| Змістовий модуль 6  |                                                                                    |                                                           |    |
| Тиждень 11          |                                                                                    |                                                           |    |
|                     | Підсумковий півсеместровий контроль (теоретичний)                                  | Тестування за змістовими модулями 3-4 на платформі Moodle | 10 |

## ОСНОВНІ ДЖЕРЕЛА

### *Книги:*

1. Чумаченко Т.М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-є, перероб. і доп. – Дніпропетровськ: Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.
2. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: теорія, моделі та бізнес технології: Монографія. Київський національний економічний університет – До.: КНЕУ, 2004. – 396 с.

### *Інформаційні ресурси:*

1. <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=11346>

---

## РЕГУЛЯЦІЇ І ПОЛІТИКИ КУРСУ<sup>2</sup>

### **Відвідування занять. Регуляція пропусків.**

Відвідування занять обов'язкове.

Завдання мають бути виконанні як перед заняттями, так і в процесі самого заняття. Пропуски можливі лише з поважної причини. Відпрацювання пропущених занять має бути регулярним за домовленістю з викладачем у години консультацій. Накопичення відпрацювань неприпустиме! За умови систематичних пропусків може бути застосована процедура повторного вивчення дисципліни (див. посилання на Положення у додатку до силабусу).

### **Політика академічної доброчесності**

Кожний студент зобов'язаний дотримуватися принципів академічної доброчесності. Практичні завдання з використанням Excel повинні бути самостійними 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).

### **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 пошту та розмішуватимуться в Moodle. Будь ласка, перевіряйте повідомлення вчасно. Ел. пошта має бути підписана справжнім ім'ям і прізвищем. Адреси типу user123@gmail.com не приймаються!

---

<sup>2</sup> 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!

## 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/y9yfw9v>. 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](mailto:moodle.znu@gmail.com), Савченко Тетяна Володимирівна
- для студентів Інженерного інституту ЗНУ - [alexvasik54@gmail.com](mailto:alexvasik54@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/ocnu/nim>

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