

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХАРКІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Першого рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування  
Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр  
спеціальність «Маркетинг»  
спеціалізація «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖЕНО  
ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ  
Голова вченої ради  
/А.А. Мазаракі/  
(протокол № 10 від «05» серпня 2019 р.)

Освітня програма вводиться в дію з \_\_\_\_\_ 2019 р.  
Директор /К.Д. Гурова/  
(наказ № 200 від «05» жовтня 2019 р.)

Харків 2019 р.

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Попова Н. В. – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ, керівник групи.

2. Катаєв А. В. – кандидат економічних наук, доцент, заступник директора з науково-педагогічної роботи Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

3. Невертій Г. С. – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва Харківського торговельно-економічного інституту КНТЕУ.

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Сосновий В. А. – заступник директора ТОВ «Міжнародний маркетинг-центр».

2. Звягінцева Т. В. – директор розвитку Східного регіону ТОВ «Брокард–Україна».

**1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
(за спеціалізацією «Маркетинг»)**

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва ЗВО та структурного підрозділу</b>	Київський національний торговельно-економічний університет Харківський торговельно-економічний інститут Кафедра маркетингу та торговельного підприємництва
<b>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</b>	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»
<b>Офіційна назва освітньої програми</b>	«Маркетинг»
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом бакалавра, одиничний: 1. На базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. 2. На базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): - спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; - інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.
<b>Наявність акредитації</b>	Міністерство освіти і науки України; Україна Сертифікат про акредитацію НД № 2196081 від 26.04.2017 р., термін дії до 01.07.2027 р.
<b>Цикл/рівень</b>	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність повної загальної середньої освіти
<b>Мова (и) викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	До наступного планового оновлення
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="http://htei.org.ua/main/zagalna-informaciya/oficijni-dokumenti/">http://htei.org.ua/main/zagalna-informaciya/oficijni-dokumenti/</a>
<b>2 – Мета освітньої програми</b>	
Підготовка висококваліфікованих фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.	
<b>3 – Характеристика освітньої програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</b>	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 075 «Маркетинг», спеціалізація «Маркетинг». Дисципліни, які формують основні компетентності 67,5 %, з них циклу загальної підготовки – 33,3 %, циклу професійної підготовки – 66,7 %.

	Дисципліни за вибором здобувача вищої освіти – 26,3 %, з них циклу загальної підготовки – 28,6 %, циклу професійної підготовки – 71,4 %. Практична підготовка – 5 %, підготовка до випускного кваліфікаційного екзамену та атестація – 1,3 %.
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-професійна прикладна. Програма орієнтована на поглиблену фахову підготовку маркетологів, які є здатними до швидкої адаптації до сучасних умов ведення економічної діяльності.
<b>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</b>	Програма націлена на всебічне вивчення маркетингової діяльності як форми взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Ключові слова: маркетинг, комплекс маркетингу, маркетингові комунікації.
<b>Особливості програми</b>	Практична підготовка впродовж навчання в організаціях, які займаються маркетинговою діяльністю; інтерактивні виїзні практичні заняття; поглиблене вивчення іноземної мови.
<b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b>	
<b>Придатність до працевлаштування</b>	Відповідно до Державного класифікатору професій ДК 003:2010 випускники можуть займати посади, які пов'язані з плановою (у т. ч. прогнозною), аналітичною, проектною діяльністю та управлінням маркетингом на підприємствах, в установах та організаціях усіх форм власності та видів економічної діяльності, а саме: помічника керівника підприємства (установи, організації); представника торговельного; інспектора торговельного; організатора з постачання; організатора із збуту; закупника, агента комерційного; агента торговельного; комівояжера; торговця (обслуговування бізнесу).
<b>Подальше навчання</b>	Можливість продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	Збалансоване поєднання аудиторної та самостійної роботи на засадах проблемно-орієнтованого та інтерактивного навчання з використанням сучасних технологій та методик активного навчання (у тому числі за допомогою технологій дистанційного навчання); організація освітнього процесу побудована на принципах студентоцентрованого навчання.
<b>Оцінювання</b>	Письмові екзамени, усні презентації, поточний контроль (тестування, розв'язання задач та ситуаційних вправ, кейсів, дискусії, публічні виступи, есе), складання кваліфікаційного екзамену.

<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя; мати навички безпечності відповідно до майбутнього профілю роботи.</p> <p>ЗК 3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями на основі абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК 4. Знання та розуміння предметної області, розуміння професійної діяльності, наполегливість і визначеність щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК 5. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК 6. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК 7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК 8. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>ЗК 9. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК 10. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК 11. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК 12. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<b>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</b>	<p>ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>ФК 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність</p>

	<p>на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ФК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>ФК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>ФК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ФК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<b>7 – Програмні результати навчання</b>	
	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в</p>

	<p>системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
--	--

<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	Реалізацію освітньої програми забезпечують науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та вченими званнями, а також висококваліфіковані залучені фахівці-практики. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування, в т.ч. закордонні.
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	Навчальні аудиторії оснащені сучасним демонстраційним обладнанням, Wi-Fi, комп'ютерні кабінети – технікою із новітніми версіями фахового програмного забезпечення. Наявність гуртожитку, їдальні, медпункту, закритої спортивної та тренажерної зали, спортивного майданчику.
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	Освітня програма повністю забезпечена навчальною літературою, релевантними інформаційними ресурсами та навчально-методичними комплексами з навчальних дисциплін, які викладаються. Освітня програма забезпечена сучасними універсальними та спеціалізованими програмними продуктами, необхідними для набуття вмінь та навичок щодо прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	На загальних підставах в межах України. Короткострокове навчання студентів за попередньо визначеним курсом в інших закладах вищої освіти
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	Інститутом укладено договори про співробітництво з закордонними закладами вищої освіти, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання студентів, зокрема: - Білоруський торговельно-економічний університет споживчої кооперації (Гомель, Білорусь); - Державний інститут управління та соціальних технологій БГУ (Мінськ, Білорусь); - Могильовський державний університет продовольства (Могильов, Білорусь); - Технічний Університет Лодзі (Лодзь, Польща); - Університет Humanitas в Сосновці (Сосновець, Польща); - Технічний Університет (Варна, Болгарія); - Швейцарський Школа Бізнесу (Монтре, Швейцарія); - ТОВ «Бонекс інжиніринг» (Белград, Сербія).
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Можливе за умови: володіння українською мовою; наявності документа про повну середню освіту/диплому молодшого бакалавра, який пройшов процедуру визнання в Міністерстві освіти і науки України



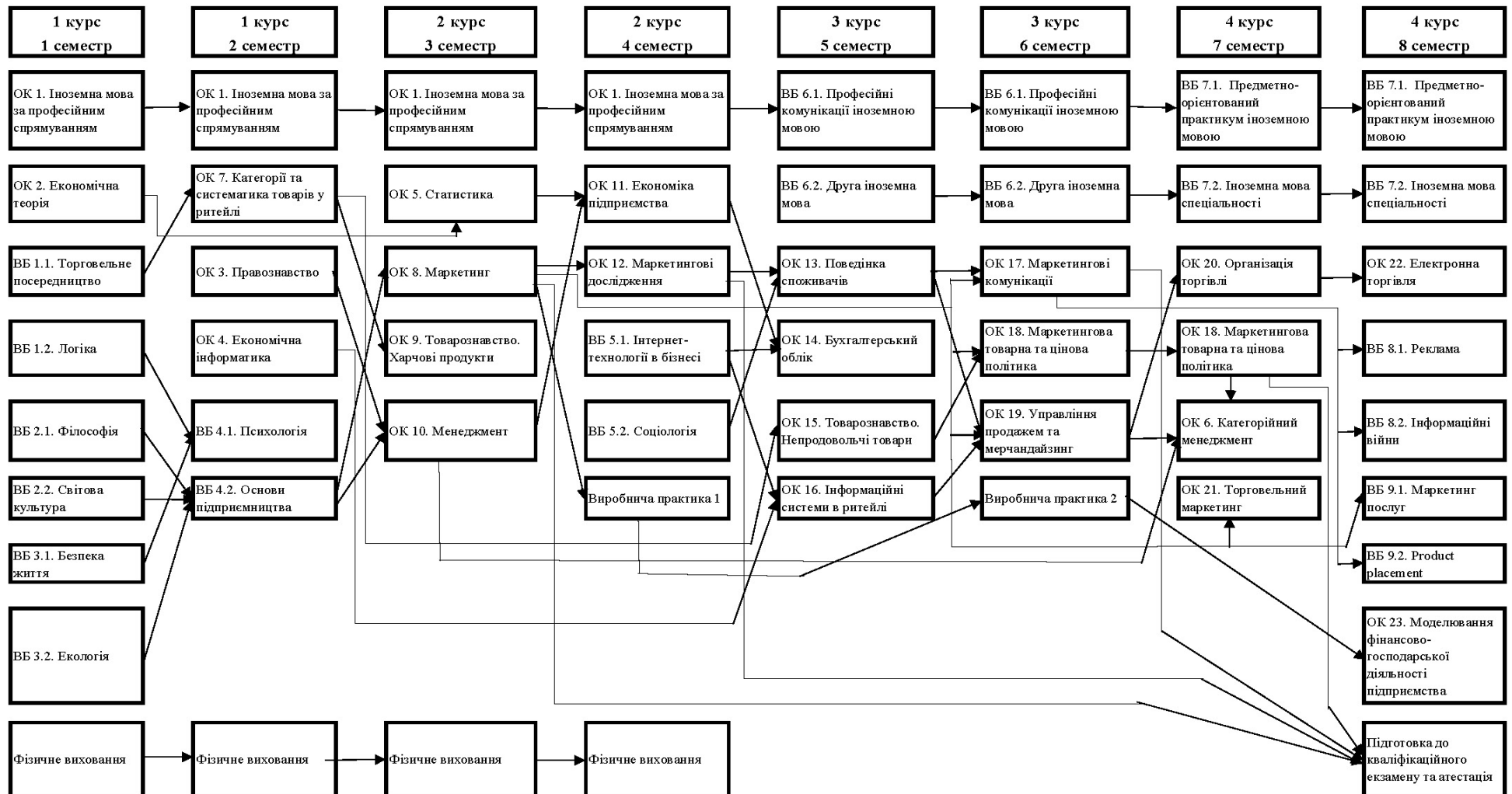
## 2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОП</b>			
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24	Е/п
ОК 2	Економічна теорія	6	Е/п
ОК 3	Правознавство	6	Е/п
ОК 4	Економічна інформатика	6	Е/п
ОК 5	Статистика	6	Е/п
ОК 6	Категорійний менеджмент	6	Е/п
ОК 7	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6	Е/п
ОК 8	Маркетинг	6	Е/п
ОК 9	Товарознавство. Харчові продукти	6	Е/п
ОК 10	Менеджмент	6	Е/п
ОК 11	Економіка підприємства	6	Е/п
ОК 12	Маркетингові дослідження	6	Е/п
ОК 13	Поведінка споживачів	6	Е/п
ОК 14	Бухгалтерський облік	6	Е/п
ОК 15	Товарознавство. Непродовольчі товари	6	Е/п
ОК 16	Інформаційні системи в ритейлі	6	Е/п
ОК 17	Маркетингові комунікації	6	Е/п
ОК 18	Маркетингова товарна та цінова політика	12	Е/п
ОК 19	Управління продажем та мерчандайзинг	6	Е/п
ОК 20	Організація торгівлі	6	Е/п
ОК 21	Торговельний маркетинг	6	Е/п
ОК 22	Електронна торгівля	6	Е/п
ОК 23	Моделювання фінансово-господарської діяльності підприємства	6	Е/п
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент:</b>		<b>162</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОП</b>			
ВБ 1.1	Торговельне посередництво	6	Е/п
ВБ 1.2	Логіка	6	Е/п
ВБ 2.1	Філософія	6	Е/п
ВБ 2.2	Світова культура	6	Е/п
ВБ 3.1	Безпека життя	6	Е/п
ВБ 3.2	Екологія	6	Е/п
ВБ 4.1	Психологія	6	Е/п
ВБ 4.2	Основи підприємництва	6	Е/п
ВБ 5.1	Інтернет-технології в бізнесі	6	Е/п
ВБ 5.2	Соціологія	6	Е/п
ВБ 6.1	Професійні комунікації іноземною мовою	12	Е/п
ВБ 6.2	Друга іноземна мова	12	Е/п
ВБ 7.1	Предметно-орієнтований практикум іноземною мовою	12	Е/п

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
ВБ 7.2	Іноземна мова спеціальності	12	Е/п
ВБ 8.1	Реклама	4,5	Е/п
ВБ 8.2	Інформаційні війни	4,5	Е/п
ВБ 9.1	Маркетинг послуг	4,5	Е/п
ВБ 9.2	Product placement	4,5	Е/п
<b>Загальний обсяг вибірових компонент:</b>		<b>63</b>	
<b>Виробнича практика</b>			
Виробнича практика 1		6	3
Виробнича практика 2		6	3
<b>Всього</b>		<b>12</b>	
<b>Атестація</b>			
Підготовка до кваліфікаційного екзамену та атестація		3	
<b>Всього</b>		<b>3</b>	
<b>ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ</b>		<b>240</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема ОП



### **3. Форма атестації студентів**

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» спеціалізації «Маркетинг» проводиться у формі у формі кваліфікаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження освітнього ступеня бакалавр із присвоєнням кваліфікації: ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг» спеціалізація «Маркетинг»

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

#### 4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 3.1	ВБ 3.2	ВБ 4.1	ВБ 4.2	ВБ 5.1	ВБ 5.2	ВБ 6.1	ВБ 6.2	ВБ 7.1	ВБ 7.2	ВБ 8.1	ВБ 8.2	ВБ 9.1	ВБ 9.2					
ЗК 1			+									+		+			+																							+						
ЗК 2		+							+																		+	+	+	+																
ЗК 3		+		+	+				+			+				+	+	+			+	+		+		+	+	+	+													+		+	+	
ЗК 4	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+		+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК 5	+			+	+			+	+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ЗК 6				+				+	+			+	+									+																								
ЗК 7				+												+	+					+	+	+								+	+								+	+		+		
ЗК 8	+							+				+								+	+																+	+	+	+						
ЗК 9											+						+		+	+				+	+						+											+	+			
ЗК 10		+				+					+						+				+			+	+																	+	+	+		
ЗК 11	+							+				+					+				+		+		+			+								+	+	+	+	+	+	+	+			
ЗК 12								+			+							+			+	+		+		+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
ФК 1							+	+	+			+			+		+	+			+	+	+		+		+														+	+	+	+		
ФК 2								+	+			+					+	+			+				+																	+	+	+	+	
ФК 3								+				+									+																						+			
ФК 4								+									+	+			+		+																				+	+		
ФК 5							+	+									+	+	+		+	+	+								+											+	+	+	+	
ФК 6								+				+									+																									
ФК 7								+				+		+							+			+																			+			
ФК 8								+													+			+		+																	+			
ФК 9								+											+		+	+																				+				
ФК 10								+				+				+		+			+	+	+																				+		+	
ФК 11								+				+	+							+			+		+										+											
ФК 12								+				+						+			+			+																						
ФК 13								+												+	+	+		+																						
ФК 14								+												+	+	+		+																		+		+		

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)  
відповідними компонентами освітньої програми**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11	ОК 12	ОК 13	ОК 14	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 23	ВБ 1.1	ВБ 1.2	ВБ 2.1	ВБ 2.2	ВБ 3.1	ВБ 3.2	ВБ 4.1	ВБ 4.2	ВБ 5.1	ВБ 5.2	ВБ 6.1	ВБ 6.2	ВБ 7.1	ВБ 7.2	ВБ 8.1	ВБ 8.2	ВБ 9.1	ВБ 9.2						
ПРН 1		+	+		+			+			+		+				+		+		+						+												+		+	+					
ПРН 2		+			+			+				+	+								+													+							+		+				
ПРН 3							+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+							+											+		+	+			
ПРН 4					+					+	+	+		+		+				+																											
ПРН 5								+				+	+																														+				
ПРН 6								+		+	+						+	+																									+				
ПРН 7				+										+		+	+	+					+																			+		+			
ПРН 8								+								+	+	+	+		+	+																			+		+	+			
ПРН 9					+			+		+		+					+																										+		+		
ПРН 10								+		+							+							+																		+	+	+			
ПРН 11			+			+	+	+	+	+	+			+	+			+						+	+						+											+		+			
ПРН 12		+						+									+				+				+	+																	+				
ПРН 13										+	+							+	+	+					+																						
ПРН 14								+									+	+	+	+	+			+																				+			
ПРН 15			+					+					+														+		+	+													+	+	+		
ПРН 16	+							+				+		+	+		+									+																	+		+		
ПРН 17	+																																														
ПРН 18								+					+				+																											+	+	+	+