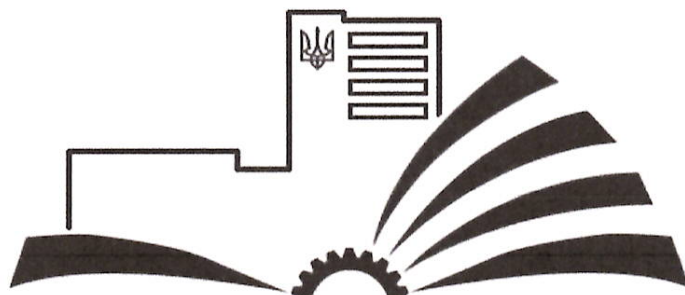


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**



ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«МАРКЕТИНГ»

Початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти

Спеціальність: 075 «Маркетинг»

Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»

Кваліфікація: Молодший бакалавр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ

Голова вченої ради

_____ С.М. Шкарлет

(протокол № 2 від «24» лютого 2020 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 1 вересня 2020 р.

Ректор _____ С.М. Шкарлет

(наказ № 45 від «11» березня 2020 р.)

Чернігів – 2020

П Е Р Е Д М О В А

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці молодших бакалаврів у галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 075 «Маркетинг».

Розроблено проектною групою спеціальності 075 «Маркетинг» у складі:

1. Забаштанська Тетяна Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Чернігівського національного технологічного університету – керівник проектної групи;
2. Ільчук Валерій Петрович, д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Чернігівського національного технологічного університету;
3. Рябова Тетяна Анатоліївна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики Чернігівського національного технологічного університету.

Додаються рецензії та відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Бородавко О.В., заступник директора філії з розвитку мережі Чернігівської дирекції ПАТ «УКРПОШТА»;
2. Галиба А., начальник відділу маркетингу ТОВ «КОЛЛАР КОМПАНІ».

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 «Маркетинг»

| 1 – Загальна інформація | |
|--|--|
| <i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i> | Національний університет «Чернігівська Політехніка» Навчально-науковий інститут бізнесу, природокористування і туризму Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики |
| <i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i> | Молодший бакалавр маркетингу Початковий (короткий цикл) рівень |
| <i>Офіційна назва освітньої програми</i> | Освітньо-професійна програма підготовки молодших бакалаврів, «Маркетинг» |
| <i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i> | Диплом молодшого бакалавра, на базі повної загальної середньої освіти – 120 кредитів ЄКТС. |
| <i>Наявність акредитації</i> | ліцензія |
| <i>Цикл/рівень</i> | НРК – 6 рівень, QF-EHEA – 5 рівень (початковий рівень (короткий цикл)), EQF LLL – 5 рівень |
| <i>Передумови</i> | Документ державного зразка про повну загальну середню освіту (атестат) і додаток до нього. |
| <i>Мова(и) викладання</i> | Українська |
| <i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i> | https://marketing.stu.cn.ua/perelikrivniv |
| 2 – Мета освітньої програми | |
| Забезпечити підготовку фахівців у сфері маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, надати знання здобувачам вищої освіти, які необхідні для провадження ефективної маркетингової діяльності, що дасть їм можливість професійно виконувати свої обов'язки за умов невизначеності та мінливості зовнішнього середовища. | |
| 3 – Характеристика освітньої програми | |
| <i>Предметна область (галузь знань, спеціальність,</i> | Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг» Обсяг навчальної програми (120 кредитів ЄКТС) складається з циклу дисциплін загальної підготовки – 37 |

| | |
|--|--|
| спеціалізація) | <p>кредитів; циклу дисциплін професійної підготовки – 77 кредитів; дослідницької компоненти (навчальна практика) – 6 кредитів. При цьому обсяг навчальних дисциплін за вільним вибором студента становить 32 кредити (26,7%).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Об'єктом вивчення є маркетингова діяльність підприємства як комплекс взаємодії між виробником, продавцем та споживачем, яка передбачає пошук можливостей найбільш повного задоволення потреб споживачів. • Цілі навчання – підготовка молодших бакалаврів маркетингу, які набувають знань щодо базових категорій маркетингу та аспектів організації маркетингової діяльності, її пріоритетів у сучасних умовах. • Теоретичний зміст предметної області суть теоретичних понять категорії маркетингу; принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; сутність та складові маркетингового середовища підприємства; особливості ринкової поведінки підприємств; елементи системи маркетингових комунікацій підприємства. • Методи, методика та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. • Молодший бакалавр маркетингу має оволодіти методами і методикою проведення маркетингових досліджень та професійними технологіями необхідними для розробки маркетингових заходів. |
| Орієнтація освітньої програми | Освітньо-професійна |
| Основний фокус освітньої програми та спеціалізації | Загальна освіта з маркетингу. Програма базується на вивченні передових досягнень вітчизняних та зарубіжних науковців з метою використання набутих знань для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. |
| Особливості програми | Програма орієнтована на підготовку маркетологів з врахуванням вимог ринку праці, з проходженням навчальної практики на підприємствах з метою підвищення рівня знань та навичок з управління їх маркетинговою діяльністю за умов мінливості зовнішнього середовища. |

| 4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання | |
|---|--|
| <i>Придатність до працевлаштування</i> | При успішному завершенні програми випускники мають право обіймати наступні первинні посади: Агент, Агент комерційний, Агент торговельний, Агент рекламний, Представник з реклами, Ревізор комерційний, Торговець (обслуговування бізнесу та реклами)., Комівояжер, Мерчендайзер, Представник торговельний, Торговець комерційний, Торговець роз'їзний, Організатор з постачання, Організатор зі збуту, Черговий по товарній конторі, Торговельний брокер (маклер). |
| <i>Подальше навчання</i> | Особа має право на продовження навчання на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти, НРК – 7 рівень, QF-EHEA – 6 рівень (перший цикл), EQF LLL – 6 рівень |
| 5 – Викладання та оцінювання | |
| <i>Викладання та навчання</i> | Основні підходи, методи та технології, які використовуються у даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у таких формах: лекції, семінарські та практичні заняття, самостійне навчання, індивідуальні заняття, консультації, виконання курсової роботи, практика. |
| <i>Оцінювання</i> | Екзамени, заліки, захист курсових робіт, атестаційний іспит, захист звіту з навчальної практики. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється: за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 100-бальною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, FX) |
| 6 – Програмні компетентності | |
| <i>Інтегральна компетентність</i> | Здатність розв'язувати типові спеціалізовані завдання у процесі навчання та під час професійної діяльності у галузі маркетингу, що обумовлюється застосуванням певних положень і методів маркетингу і характеризується комплексністю та невизначеністю умов. |

*Загальні
компетентності*

- ЗК 1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
- ЗК 2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.
- ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
- ЗК 4. Здатність застосовувати знання з основ економіки та підприємницької діяльності.
- ЗК 5. Здатність логічно і системно мислити.
- ЗК 6. Здатність щодо ініціативності, відповідальності та навичок до безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил, а також необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях.
- ЗК 7. 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.
- ЗК 8. 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.
- ЗК 9. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.
- ЗК 10. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
- ЗК 11. Здатність спілкування державною мовою, як усно так і письмово.
- ЗК 12. Навички усного і писемного наукового мовлення, академічної культури і академічної грамотності.
- ЗК 13. Здатність спілкування іноземною мовою.
- ЗК 14. Здатність працювати в команді.
- ЗК 15. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
- ЗК 16. Здатність оцінювати і забезпечувати якість виконуваних робіт.
- ЗК 17. Навички комунікації, лідерство, здатність брати на себе відповідальність і працювати в критичних умовах, вміння залагоджувати конфлікти.
- ЗК 18. Вміння управляти своїм часом, розуміння важливості дедлайнів.
- ЗК 19. Здатність використовуючи професійні знання володіти умінням переконувати та доводити свою точку зору.
- ЗК 20. Навички використання засобів Інтернет-комунікацій та оцінювання їх впливу на конкурентні позиції підприємства.
- ЗК 21. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
- ЗК 22. Здатність використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

*Спеціальні
(фахові)
компетентності*

- СК 1. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.
- СК 2. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
- СК 3. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.
- СК 4. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
- СК 5. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
- СК 6. Здатність формувати і здійснювати ефективну закупівельну діяльність.
- СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.
- СК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
- СК 9. Здатність визначати критерії формування товарного асортименту.
- СК 10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.
- СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.
- СК 12. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.
- СК 13. Здатність до вивчення та прогнозування кон'юнктури ринку, розрахунку його місткості, визначення прогнозованих показників збуту продукції, аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища.
- СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
- СК 15. Здатність до оцінки споживних властивостей товарів.
- СК 16. Здатність використовувати професійні знання маркетингових комунікацій для стимулювання продажу товарів.
- СК 17. Здатність до розроблення комунікаційної політики підприємства в напрямі здійснення комерційної діяльності на основі використання сучасних технологій та новітніх можливостей ринку.
- СК 18. Здатність використовувати навички роботи з комп'ютером та знання й уміння в галузі сучасних інформаційних технологій для вирішення експериментальних і практичних завдань.

| 7 – Програмні результати навчання | |
|--|---|
| ПРН 1 | Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. |
| ПРН 2 | Знати зміст процесів та технологій маркетингу. |
| ПРН 3 | Вивчати кон'юнктуру та тенденції розвитку ринку, ціни та попит на товари і послуги, які надаються. |
| ПРН 4 | Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. |
| ПРН 5 | Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. |
| ПРН 6 | Вміти аналізувати попит і розраховувати потребу у товарах методами оперативного обліку реалізації товарів, вивчення джерел інформації різного характеру про попит. |
| ПРН 7 | Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію. |
| ПРН 8 | Опанувати нові види реклами, що забезпечують визначення і просування рекламного об'єкта на внутрішньому і зовнішньому ринку товарів і послуг. |
| ПРН 9 | Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень. |
| 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. |
| ПРН 11 | Вміти вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників. |
| ПРН 12 | Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним. |
| ПРН 13 | Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. |
| ПРН 14 | Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. |
| 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. |

| | |
|---|---|
| ПРН 16 | Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки |
| ПРН 17 | Виявляти навички до безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил. |
| ПРН 18 | Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. |
| ПРН 19 | Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності |
| ПРН 20 | Використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. |
| ПРН 21 | Розробляти перспективні та поточні плани маркетингової діяльності. |
| ПРН 22 | Уміння застосовувати інформаційні системи та технології в маркетингу. |
| ПРН 23 | Вміти застосовувати сучасні інструменти маркетингових інтернет-комунікацій з метою орієнтації науково-технічної, виробничої і збутової діяльності підприємства на облік ринкового попиту, потреб і вимог споживача. |
| 8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми | |
| <i>Кадрове забезпечення</i> | Всі науково-педагогічні працівники задіяні у викладанні дисциплін зі спеціальності 075 “Маркетинг” є штатними співробітниками університету, мають наукові ступені та вчені звання та підтверджений високий рівень наукової і професійної активності. |
| <i>Матеріально-технічне забезпечення</i> | Забезпеченість навчальними приміщеннями, мультимедійним обладнанням відповідає потребі і ліцензійному обсягу. Студентам доступний комп’ютерний клас з доступом до мережі Інтернет. |
| <i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i> | Офіційний веб-сайт університету https://www.stu.cn.ua/ містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти. Всі ресурси бібліотеки доступні через сайту університету: http://library2.stu.cn.ua/ |
| 9 – Академічна мобільність | |
| <i>Національна кредитна мобільність</i> | Відповідно до угод із закладами вищої освіти України. |
| <i>Міжнародна кредитна мобільність</i> | Відповідно до угод із закладами вищої освіти зарубіжних країн-партнерів. |

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП

| Код н/д | Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота) | Кількість кредитів | Форма підсумкового контролю |
|--|--|--------------------|-----------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Обов'язкові компоненти ОП | | | |
| ОК 1. | Історія України та української культури | 4 | Е |
| ОК 2. | Філософія | 4 | Е |
| ОК 3. | Фахова українська мова та основи академічного письма | 3 | З |
| ОК 4. | Іноземна мова | 8 | З |
| ОК 5. | Безпека життєдіяльності та основи охорони праці | 3 | З |
| ОК 6. | Фізичне виховання | 12 | З |
| ОК 7. | Основи ринкової економіки | 6 | Е |
| ОК 8. | Вища математика | 5 | Е |
| ОК 9. | Основи маркетингової діяльності | 5 | З |
| ОК 10. | Інформаційні системи та технології | 5 | Е |
| ОК 11. | Ринкові дослідження | 6 | Е |
| ОК 12. | Основи мікро та макроекономіки | 5 | Е |
| ОК 13. | Основи бізнесу | 5 | Е |
| ОК 14. | Управління бізнесом та бізнес-проектами | 6 | КСР, Е |
| ОК 15. | Електронна комерція | 5 | Е |
| Загальний обсяг обов'язкових компонент: | | 82 | - |
| Вибіркові компоненти ОП | | | |
| ВБ 1.1 | Корпоративна культура | 3 | З |
| ВБ 1.2 | Українознавство | 3 | З |
| ВБ 1.3 | Психологія | 3 | З |
| ВБ 1.4 | Соціологія | 3 | З |
| ВБ 1.5 | Медіаграмотність | 3 | З |
| ВБ 1.6 | Лідерство та управління командою | 3 | З |
| ВБ 1.7 | Бізнес-комунікації | 3 | З |
| ВБ 1.8 | Дисципліна на вибір з іншої ОП, яка формує соціальні навички (soft skills) | 3 | З |
| ВБ 2.1 | Міжнародна економіка | 3 | З |
| ВБ 2.2 | Основи зовнішньоекономічної діяльності | 3 | З |

| | | | |
|---|---|------------|----------|
| ВБ 3.1 | Менеджмент | 4 | Е |
| ВБ 3.2 | Іміджелогія | 4 | Е |
| ВБ 4.1 | Товарознавство | 4 | Е |
| ВБ 4.2 | Естетика товарів і дизайн | 4 | Е |
| ВБ 5.1 | Соціальна відповідальність бізнесу | 5 | Е |
| ВБ 5.2 | Соціальна економіка | 5 | Е |
| ВБ 6.1 | Фінансовий та управлінський облік | 4 | Е |
| ВБ 6.2 | Управління витратами та прибутком | 4 | Е |
| ВБ 7.1 | Психологія основ маркетингової діяльності | 4 | 3 |
| ВБ 7.2 | Психологія реклами | 4 | 3 |
| ВБ 8.1 | Комерційна діяльність | 5 | Е |
| ВБ 8.2 | Інфраструктура товарного ринку | 5 | Е |
| Загальний обсяг вибірових компонент: | | 32 | - |
| Практична підготовка | | | |
| Навчальна практика | | 6 | 3 |
| Загальний обсяг: | | 6 | - |
| ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ | | 120 | - |

2.2. Структурно-логічна схема ОП

| Семестр | Види навчальної діяльності |
|----------------------------|--|
| I семестр 30 кредитів | <p>Дисципліни спеціальності ОК 1 (4 кр.), ОК 4 (2 кр.), ОК 6 (3 кр.), ОК 7 (6 кр.), ОК 8 (5 кр.), ОК 9 (5 кр.), ОК 10 (5 кр.)</p> <p>Дисципліни циклу загальної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) - 9 кр.</p> <p>Дисципліни циклу професійної підготовки (блок обов'язкових дисциплін): - 21 кр.</p> |
| II семестр 30 кредитів | <p>Дисципліни спеціальності ОК 4 (2 кр.), ОК 6 (3 кр.), ВБ 1.1-1.8 (3 кр.), ОК 11 (6 кр.), ОК 12 (5 кр.), ВБ 2.1-2.2 (3 кр.), ВБ 3.1-3.2 (4 кр.), ВБ 4.1-4.2 (4 кр.)</p> <p>Дисципліни циклу загальної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) - 5 кр.</p> <p>Дисципліни циклу загальної підготовки (блок навчальних дисциплін за вільним вибором здобувача вищої освіти) - 3 кр.</p> <p>Дисципліни циклу професійної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) - 11 кр.</p> <p>Дисципліни циклу професійної підготовки (блок навчальних дисциплін за вільним вибором здобувача вищої освіти) - 11 кр.</p> |
| III семестр 30 кредитів | <p>Дисципліни спеціальності ОК 2 (4 кр.), ОК 4 (2 кр.), ОК 5 (3 кр.), ОК 6 (3 кр.), ОК 13 (5 кр.), ВБ 5.1-5.2 (5 кр.), ВБ 6.1-6.2 (4 кр.), ВБ 7.1-7.2 (4 кр.)</p> |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | <p>Дисципліни циклу загальної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) - 12 кр.</p> <p>Дисципліни циклу професійної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) - 5 кр.</p> <p>Дисципліни циклу професійної підготовки (блок навчальних дисциплін за вільним вибором здобувача вищої освіти) - 13 кр.</p> |
| <p>IV семестр 30 кредитів</p> | <p>Дисципліни спеціальності ОК 3 (3 кр.), ОК 4 (2 кр.), ОК 6 (3 кр.), ОК 14 (6 кр.), ОК 15 (5 кр.), ВБ 8.1-8.2 (5 кр.)</p> <p>Дисципліни циклу загальної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) - 8 кр.</p> <p>Дисципліни циклу професійної підготовки (блок обов'язкових дисциплін) - 11 кр.</p> <p>Дисципліни циклу професійної підготовки (блок навчальних дисциплін за вільним вибором здобувача вищої освіти) - 5 кр.</p> <p>Навчальна практика - 6 кр.</p> |

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

| | |
|--|--|
| <p>Форми атестації здобувачів вищої освіти</p> | <p>Атестація осіб, які здобувають ступінь молодшого бакалавра маркетингу, здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, провідних науковців, відповідно до Положення про порядок створення та організацію роботи екзаменаційних комісій для атестації здобувачів вищої освіти.</p> <p>Атестація здійснюється у формі атестаційного іспиту.</p> |
| <p>Вимоги до атестаційного екзамену (екзаменів)</p> | <p>Атестаційний іспит включає програмні питання, які визначають рівень та обсяг засвоєння знань, умінь, інших компетентностей здобувачами вищої освіти.</p> |

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

| | OK 1 | OK 2 | OK 3 | OK 4 | OK 5 | OK 6 | OK 7 | OK 8 | OK 9 | OK 10 | OK 11 | OK 12 | OK 13 | OK 14 | OK 15 | ВБ 1.1 | ВБ 1.2 | ВБ 1.3 | ВБ 1.4 | ВБ 1.5 | ВБ 1.6 | ВБ 1.7 | ВБ 1.8 | 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 | | | | | | | | | | |
|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|--|--|--|---|---|---|---|---|---|
| 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 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПРН 19 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПРН 20 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + |
| ПРН 21 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПРН 22 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | |
| ПРН 23 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | + | |