

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

**ОСВІТНЬО-НАУКОВА ПРОГРАМА**

**«МАРКЕТИНГ»**

**“Marketing”**

Третього рівня вищої освіти  
за спеціальністю 075 Маркетинг  
галузі знань 07 Управління та адміністрування

ЗАТВЕРДЖЕНО  
ВЧЕНОЮ РАДОЮ КНТЕУ

Голова вченої ради

\_\_\_\_\_ /А.А. Мазаракі/

(протокол № \_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.)

Освітньо-наукова програма вводиться в дію з \_\_\_\_\_ 2021 р.

(наказ № \_\_ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.)

Київ 2021 р.

**ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ**  
**освітньо-наукової програми КНТЕУ**  
**третього рівня вищої освіти**  
**075 Маркетинг**

Погоджено:  
Перший проректор  
з науково-педагогічної роботи  
\_\_\_\_\_ Н. В. Притульська  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 р.

Погоджено:  
Проректор з наукової роботи  
\_\_\_\_\_ С. В. Мельниченко  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 р.

Погоджено:  
Начальник навчального відділу  
КНТЕУ  
\_\_\_\_\_ С. І. Камінський  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 р.

Погоджено:  
Завідувач відділу аспірантури  
і докторантури КНТЕУ  
\_\_\_\_\_ О. Г. Харченко  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 р.

Погоджено:  
Керівник групи забезпечення  
спеціальності, гарант освітньо-  
наукової програми  
\_\_\_\_\_ О. І. Лабурцева  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 р.

Погоджено:  
Голова Наукового товариства  
студентів, аспірантів, докторантів та  
молодих вчених  
\_\_\_\_\_ А. А. Ярмоленко  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 р.

Погоджено:  
Начальник відділу маркетингу ТОВ  
«Компанія «Юнівест Маркетинг»  
\_\_\_\_\_ А. С. Крепак  
«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_ 2021 р.

## ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою в складі:

1. Лабурцева Олена Іванівна, професор кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор – керівник робочої групи, гарант освітньо-наукової програми «Маркетинг»
2. Бондаренко Олена Сергіївна, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор
3. Мазаракі Анатолій Антонович, ректор, доктор економічних наук, професор
4. Пригульська Наталія Володимирівна, перший проректор з науково-педагогічної роботи, доктор технічних наук, професор
5. Мельниченко Світлана Володимирівна, проректор з наукової роботи, доктор економічних наук, професор
6. Бойко Маргарита Григорівна, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, доктор економічних наук, професор
7. Харченко Ольга Григорівна, завідувач відділу аспірантури і докторантури
8. Рижаків Євген Валерійович, аспірант освітньо-наукової програми «Маркетинг»
9. Крепак Анна Сергіївна, начальник відділу маркетингу ТОВ «Компанія «Юнівест Маркетинг»

### **Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:**

1. Бондаренко О.В. – директор ТОВ «Еко-Бест»
2. Гурджиян К.В. – менеджер проектів маркетингової дослідницької агенції ТОВ «Клеффманн Груп Україн»

## 1. Профіль освітньо-наукової програми зі спеціальності 075 Маркетинг

<b>1 – Загальна інформація</b>	
<b>Повна назва ЗВО та структурного підрозділу</b>	Київський національний торговельно-економічний університет
<b>Ступень вищої освіти мовою оригіналу</b>	Доктор філософії
<b>Офіційна назва освітньо-наукової програми</b>	Маркетинг
<b>Тип диплому та обсяг освітньої програми</b>	Диплом доктора філософії, 48 кредитів ЄКТС
<b>Наявність акредитації</b>	Ліцензовано Наказ МОН України «Про затвердження рішень Ліцензійної комісії Міністерства від 08.06.2016 р.» від 10 червня 2016 р. № 655 Акредитовано Рішення Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти від 17 листопада 2020 р. протокол № 22 (39)
<b>Цикл/рівень</b>	QF for EHEA – третій цикл; EQF for LLL – 8 рівень; НРК України – 8 рівень
<b>Передумови</b>	Наявність освітнього ступеня «магістр» або «спеціаліст»
<b>Мова викладання</b>	Українська
<b>Термін дії освітньої програми</b>	4 роки
<b>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</b>	<a href="https://knute.edu.ua/file/MjI2OTQ=/2cd18174b329f7644416dc21bf4bb1c1.pdf">https://knute.edu.ua/file/MjI2OTQ=/2cd18174b329f7644416dc21bf4bb1c1.pdf</a>
<b>2 – Мета освітньо-наукової програми</b>	
Формування системи наукових знань та навичок для набуття здатності ефективного розв'язання комплексних проблем професійної та/або дослідницько-інноваційної діяльності в галузі маркетингу, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики, оволодіння методологією наукової та педагогічної діяльності, а також проведення наукового дослідження, результати якого мають наукову новизну, теоретичне та практичне значення.	
<b>3 – Характеристика освітньо-наукової програми</b>	
<b>Предметна область (галузь знань, спеціальність)</b>	Галузь знань 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність 075 «Маркетинг»
<b>Орієнтація освітньої програми</b>	Освітньо-наукова, прикладна. Наукові дослідження з новими та удосконаленими, практично спрямованими і цінними теоретичними і методичними результатами
<b>Основний фокус освітньої програми</b>	Орієнтована на створення нового знання у сфері маркетингу, оновлення методології маркетингового аналізу, розробку на цій основі практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств, організацій, установ, а також соціального, політичного, публічного, територіального та особистісного маркетингу

<p><b>Особливості програми</b></p>	<p><b>Освітня складова програми</b> передбачає 48 кредитів ЄТКС, з них:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 36 кредитів ЄТКС для обов'язкових навчальних дисциплін, в тому числі: 6 кредитів ЄТКС – здобуття мовних компетентностей (Іноземна мова за професійним спрямуванням, Іноземна мова академічного спілкування); 6 кредитів ЄТКС – оволодіння загальнонауковими (філософськими) компетентностями (Філософський світогляд XXI століття); 12 кредитів ЄТКС – набуття універсальних навичок дослідника (Науковий текст, Методологія наукових досліджень, Педагогіка вищої освіти, Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері); 12 кредитів – здобуття глибинних знань зі спеціальності (Сучасні економічні теорії, наукові семінари «Інтегровані маркетингові комунікації», «Брендинг в системі маркетингу», науковий семінар за темою дисертаційної роботи);</li> <li>• 12 кредитів ЄТКС передбачено на вибіркові навчальні дисципліни, що посилює цикли набуття універсальних навичок дослідника та здобуття глибинних знань зі спеціальності; вибіркова частина програми уможлиблює право вибору навчальних дисциплін з врахуванням індивідуальних потреб аспірантів;</li> </ul> <p><b>Наукова складова програми</b> передбачає здійснення наукових досліджень під керівництвом наукового керівника з відповідним оформленням одержаних результатів у вигляді дисертації. Ця складова програми охоплює 132 кредити ЄТКС і оформляється у вигляді індивідуального плану наукової роботи аспіранта.</p>
<p><b>4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання</b></p>	
<p><b>Придатність до працевлаштування</b></p>	<p>Робота за національним класифікатором України «Класифікатор професій» ДК 003:2010:</p> <p>1233 Керівники підрозділів маркетингу  1475.3 Менеджери (управителі) з досліджень ринку та вивчення суспільної думки  1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління  2310 Викладачі університетів та вищих навчальних закладів  2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності  2419.1 Наукові співробітники (маркетинг)  2419.2 Професіонали у сфері маркетингу  2419.3 Професіонали державної служби</p> <p>Випускник може обіймати інші посади відповідно до професійних назв робіт, що характеризуються спеціальними професійними компетентностями.</p> <p>Випускники аспірантури працевлаштовуються на підприємствах різних форм власності, у маркетингових та консалтингових агенціях, у сфері державної служби, в науково-дослідних установах та закладах вищої освіти.</p>

<b>Подальше навчання</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• освітньо-наукові програми на 8-му (пост докторському) рівні НРК України;</li> <li>• освітньо-наукові програми на 8-му (докторському) рівні НРК України у споріднених галузях наукових знань;</li> <li>• освітні програми, дослідницькі гранти та стипендії (в т.ч. за кордоном), що містять додаткові освітні компоненти.</li> </ul>
<b>5 – Викладання та оцінювання</b>	
<b>Викладання та навчання</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- комбінація лекцій, практичних занять, виконання проектів, аналітичних, дослідницьких робіт;</li> <li>- проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання;</li> <li>- навчання з використанням елементів дистанційних та інтерактивних технологій навчання;</li> <li>- залучення до консультування аспірантів відомих фахівців у галузі науки та практики;</li> <li>- безпосередня участь у виконанні науково-дослідних робіт.</li> </ul>
<b>Оцінювання</b>	<p><b>Освітня складова програми.</b> Система контролю оволодіння аспірантами дисциплінами освітньо-наукової програми складається з поточного та підсумкового видів контролю. Поточний контроль має на меті отримання оперативних даних про рівень знань аспірантів і якість сформованих компетентностей. Він передбачає застосування комплексу методів оцінювання: усне опитування, тестовий контроль, виконання проектних завдань тощо. Підсумковий контроль знань у вигляді екзамену / заліку проводиться як форма оцінювання рівня засвоєння аспірантом теоретичного та практичного матеріалу з окремої навчальної дисципліни.</p> <p><b>Наукова складова програми.</b> Оцінювання наукової діяльності аспірантів здійснюється на основі кількісних та якісних показників, що характеризують підготовку наукових праць, участь у наукових конференціях, підготовку окремих частин дисертації відповідно до затвердженого індивідуального плану наукової роботи аспіранта. Звіти аспірантів за результатами виконання індивідуального плану щопівроку затверджуються на засіданні кафедри та вченій раді факультету з відповідною рекомендацією.</p>
<b>6 – Програмні компетентності</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність розв'язувати комплексні проблеми у сфері маркетингу та дослідницько-інноваційної діяльності, що передбачає глибоке переосмислення наявних та створення нових цілісних знань та/або професійної практики й впровадження останніх у практичну діяльність та освітній процес.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК 1. Володіння загальнонауковими компетентностями, спрямованими на формування системного наукового світогляду, професійної етики та загального культурного кругозору.</p> <p>ЗК 2. Здатність до усної та письмової презентації результатів власного наукового дослідження українською мовою.</p> <p>ЗК 3. Здатність до застосування сучасних інформаційних технологій у науковій діяльності.</p> <p>ЗК 4. Здатність до організації та проведення навчальних занять.</p> <p>ЗК 5. Здатність до управління науковими проектами та/або складення пропозицій щодо фінансування наукових досліджень,</p>

	<p>реєстрації прав інтелектуальної власності.</p> <p>ЗК 6. Володіння мовними компетентностями, достатніми для представлення та обговорення результатів своєї наукової роботи іноземною мовою (англійською або іншою) в усній та письмовій формі, а також для повного розуміння іноземних наукових текстів з відповідної спеціальності.</p>
<p><b>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</b></p>	<p>ФК 1. Володіння глибокими знаннями з маркетингу, зокрема засвоєння основних концепцій, розуміння теоретичних і практичних проблем, історії розвитку та сучасного стану наукових знань, оволодіння науковою термінологією маркетингу.</p> <p>ФК 2. Здатність до започаткування, планування, реалізації та коригування послідовного процесу ґрунтовного наукового дослідження в сфері маркетингу з дотриманням належної академічної доброчесності.</p> <p>ФК 3. Здатність до глибокого розуміння наукових текстів за напрямом досліджень державною та іноземною мовами, усної та письмової презентації та обговорення результатів наукових досліджень та інноваційних розробок в сфері маркетингу.</p> <p>ФК 4. Здатність до пошуку, обробки, аналізу та узагальнення інформації для проведення самостійних наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 5. Здатність обґрунтовано обирати та використовувати методи та інструменти наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ФК 6. Здатність до критичного мислення, генерування нових складних ідей, аналізу та синтезу цілісних знань в сфері маркетингу.</p> <p>ФК 7. Здатність аналізувати функціонування ринків та підприємств з позицій сучасної економічної теорії.</p> <p>ФК 8. Здатність формувати маркетингові механізми створення та розвитку брендів в рамках сучасної концепції брендингу.</p> <p>ФК 9. Здатність здійснювати стратегічне управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємств та організацій з позицій системного підходу.</p> <p>ФК 10. Здатність до практичного впровадження результатів власних досліджень у сфері маркетингу, комерціалізації інтелектуальної власності.</p>
<p><b>7 – Програмні результати навчання</b></p>	
	<p>ПРН 1. Демонструвати системний науковий світогляд, знання сучасних наукових теорій та концепцій у сфері маркетингу, володіння науковою термінологією.</p> <p>ПРН 2. Здійснювати критичний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень з метою генерування нових ідей, аналізу та синтезу цілісних знань.</p> <p>ПРН 3. Організувати та проводити оригінальні наукові дослідження у сфері маркетингу на сучасному фаховому рівні.</p> <p>ПРН 4. Вибирати та використовувати загальнонаукові та спеціальні методи наукових досліджень в сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 5. Демонструвати здатність до пошуку, обробки, аналізу та узагальнення інформації для проведення самостійних наукових досліджень в сфері маркетингу.</p>

	<p>ПРН 6. Застосовувати при проведенні наукових досліджень сучасні інформаційні технології.</p> <p>ПРН 7. Демонструвати навички наукової комунікації, достатньої для участі в міжнародному співробітництві з широкою науковою спільнотою та громадськістю у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 8. Розв'язувати комплексні науково-практичні проблеми у сфері маркетингу на основі переосмислення наявних та генерації нових цілісних знань.</p> <p>ПРН 9. Готувати та редагувати наукові тексти.</p> <p>ПРН 10. Формулювати та аргументувати висновки і пропозиції щодо розвитку концептуальних та методологічних знань в сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 11. Презентувати результати власних наукових досліджень державною та іноземними мовами в усній та письмовій формі.</p> <p>ПРН 12. Впроваджувати результати власних наукових досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 13. Демонструвати значну авторитетність, інноваційність, послідовну відданість розвитку нових ідей або процесів у передових контекстах професійної та наукової діяльності.</p> <p>ПРН 14. Застосовувати науково-педагогічні технології, формулювати зміст, цілі навчання, способи їх досягнення, форми контролю, нести відповідальність за ефективність освітнього процесу.</p> <p>ПРН 15. Демонструвати високий ступінь самостійності, академічної та професійної доброчесності в процесі проведення наукових досліджень, оприлюднення та впровадження їх результатів.</p> <p>ПРН 16. Аналізувати функціонування ринків та підприємств з позицій сучасної економічної теорії.</p> <p>ПРН 17. Використовувати при проведенні наукових досліджень в сфері маркетингу міжнародну статистику.</p> <p>ПРН 18. Формувати маркетингові механізми створення та розвитку брендів в рамках сучасної концепції брендингу.</p> <p>ПРН 19. Управляти інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємств і організацій з позицій системного підходу.</p> <p>ПРН 20. Використовувати в професійній діяльності основи правового забезпечення наукових досліджень, комерціалізації інтелектуальної власності.</p>
<b>8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми</b>	
<b>Кадрове забезпечення</b>	<p>Реалізацію освітньо-наукової програми забезпечують викладачі, які мають наукові ступені кандидата та доктора наук. Для забезпечення відповідності наукових досліджень аспірантів вимогам сучасного маркетингового середовища проводяться тематичні майстер-класи та відкриті лекції представників бізнесу, регуляторних органів влади, громадських організацій.</p>
<b>Матеріально-технічне забезпечення</b>	<p>Аспіранти повною мірою забезпечені матеріальними ресурсами для навчання та виконання досліджень. До їх послуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понад 30 тис. м<sup>2</sup> навчальних будівель;</li> <li>- окремий гуртожиток для аспірантів (понад 80 кімнат);</li> <li>- майже 1,5 млн. найменувань навчальної та наукової літератури в бібліотеці КНТЕУ;</li> </ul>



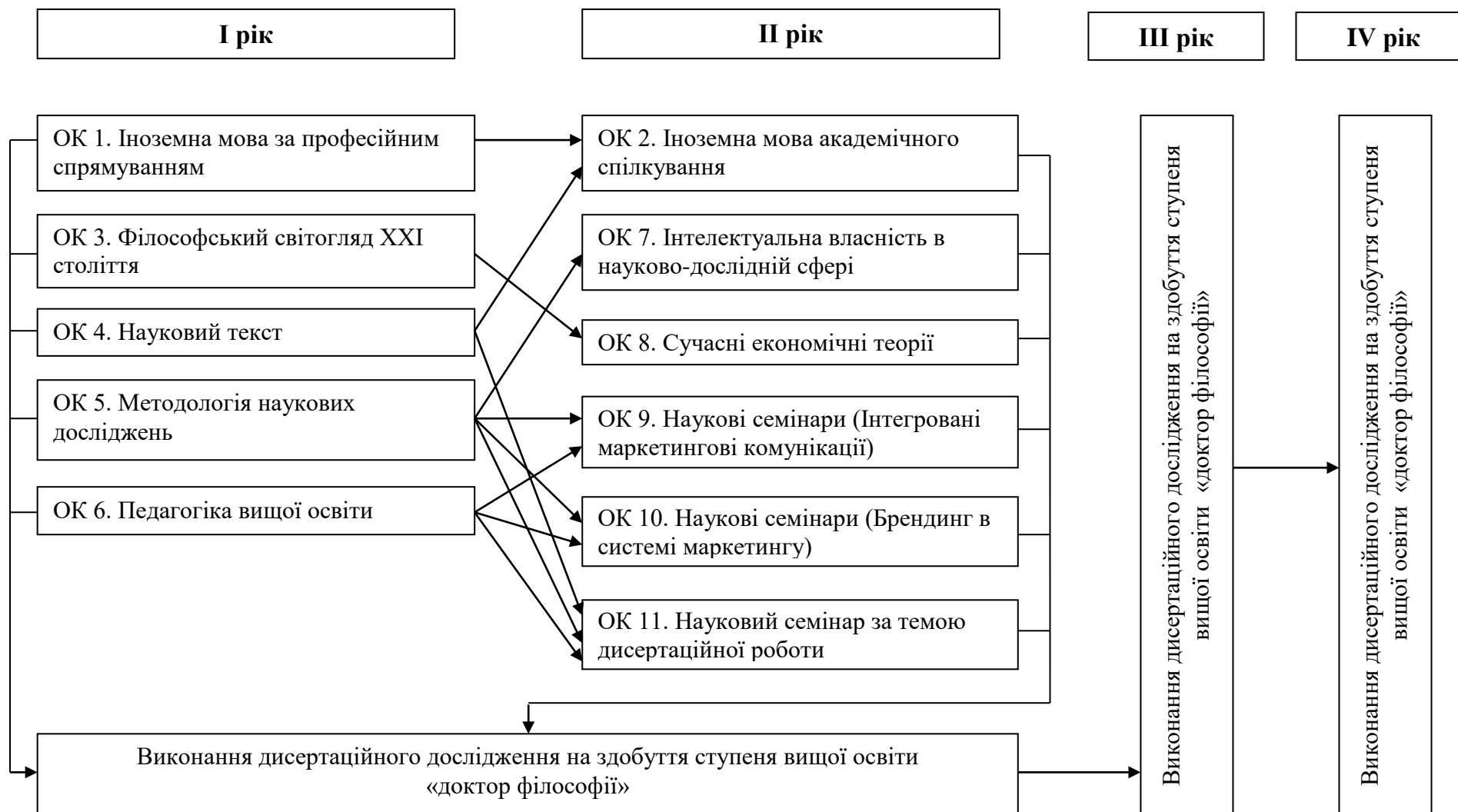
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 470 посадкових місць у читальних залах КНТЕУ, в тому числі у мультимедійній бібліотеці КНТЕУ, де забезпечено доступ до наукометричних баз даних SCOPUS, Web of Science;</li> <li>- 2000 робочих місць ПЕОМ із виходом в Інтернет + WiF. Уся комп'ютерна техніка забезпечена базовим програмним забезпеченням, на комп'ютерах в лабораторіях кафедр інстальоване спеціальне програмне забезпечення, необхідне для проведення досліджень аспірантами;</li> <li>- лабораторія дистанційного навчання, в якій розміщено 966 освітніх курсів;</li> <li>- електронна платформа для комунікації аспірантів на базі Microsoft Office 365 тощо.</li> </ul>
<b>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</b>	<p>Повне забезпечення навчально-методичними комплексами дисциплін та інших видів навчально-методичних матеріалів. Документи, що регламентують, процедури вступу, навчання в аспірантурі, захисту дисертації тощо знаходяться у відкритому доступі на веб-сайті КНТЕУ.</p> <p>Комунікація між аспірантами, науковими керівниками, адміністративним персоналом відбувається з використанням внутрішньої електронної платформи комунікації, ресурсів електронної пошти, ОТТ-сервісів, засобів рухомого і нерухомого телефонного зв'язку.</p>
<b>9 – Академічна мобільність</b>	
<b>Національна кредитна мобільність</b>	Згідно з договорами про співробітництво між КНТЕУ та закладами вищої освіти України, науковими установами.
<b>Міжнародна кредитна мобільність</b>	<p>У межах договорів про співробітництво між КНТЕУ та закладами вищої освіти Франції, Великобританії, Польщі, Німеччини, в рамках яких здійснюється партнерський обмін та навчання аспірантів.</p> <p>Навчання за напрямом КА1 з отриманням кредитів в університетах країн-членів Програми Еразмус+.</p>
<b>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</b>	Іноземним здобувачам вищої освіти гарантуються всі права та свободи, у відповідності до діючого законодавства України і Статуту університету.

## 2. Перелік компонент освітньо-наукової програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент ОНП

Код н/д	Компоненти освітньо-наукової програми	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти ОНП</b>			
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	екзамен
ОК 2	Іноземна мова академічного спілкування	3	залік
ОК 3	Філософський світогляд ХХІ століття	6	екзамен
ОК 4	Науковий текст	3	екзамен
ОК 5	Методологія наукових досліджень	3	екзамен
ОК 6	Педагогіка вищої освіти	3	залік
ОК 7	Інтелектуальна власність в науково-дослідній сфері	3	залік
ОК 8	Сучасні економічні теорії	3	екзамен
ОК 9	Наукові семінари (Інтегровані маркетингові комунікації)	3	залік
ОК 10	Наукові семінари (Брендинг в системі маркетингу)	3	залік
ОК 11	Науковий семінар за темою дисертаційної роботи	3	залік
<b>Загальний обсяг обов'язкових компонент</b>		<b>36</b>	
<b>Вибіркові компоненти ОНП</b>			
ВК 1	Ораторське мистецтво	3	залік
ВК 2	Інформаційні технології в наукових дослідженнях	3	залік
ВК 3	Комерціалізація інтелектуальної власності	3	залік
ВК 4	Правове забезпечення наукових досліджень	3	залік
ВК 5	Математичне моделювання у наукових дослідженнях	3	залік
ВК 6	Статистичні методи аналізу та прогнозування	3	залік
ВК 7	Міжнародна статистика	3	залік
ВК 8	Світовий ринок товарів та послуг	3	залік
ВК 9	Ризики в маркетингу	3	залік
ВК 10	Управління ланцюгами поставок	3	залік
ВК 11	Наукові семінари (Еволюція теоретико-методологічних засад маркетингу)	3	залік
ВК 12	Наукові семінари (Інноваційні товари і технології в торгівлі)	3	залік
ВК 13	Інша освітня компонента за погодженням з науковим керівником	3	залік
<b>Загальний обсяг вибіркового компонент:</b>		<b>12</b>	
<b>Загальний обсяг освітньої складової освітньо-наукової програми</b>		<b>48</b>	
Підготовка дисертації (наукова складова)		132	
<b>Загальний обсяг освітньо-наукової програми</b>		<b>180</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



### **3. Форма атестації здобувачів вищої освіти**

Атестація випускників освітньо-наукової програми «Маркетинг» третього рівня вищої освіти (освітній ступінь «доктор філософії») зі спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту дисертації згідно Положення про порядок атестації аспірантів, докторантів у Київському національному торговельно-економічному університеті, затвердженого вченою радою КНТЕУ від 21 червня 2018 р. (протокол № 10, п. 8) та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Атестація здійснюється відкрито та публічно на засіданні спеціалізованої вченої ради.

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей  
обов'язковим компонентам освітньо-наукової програми**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11
ЗК 1			+					+	+	+	+
ЗК 2				+	+				+	+	+
ЗК 3					+				+	+	+
ЗК 4						+			+	+	+
ЗК 5					+		+				
ЗК 6	+	+		+							
ФК 1									+	+	+
ФК 2					+		+				
ФК 3	+	+		+					+	+	+
ФК 4					+						
ФК 5					+			+	+	+	+
ФК 6			+		+				+	+	+
ФК 7								+			
ФК 8										+	
ФК 9									+		
ФК 10					+		+				

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)  
обов'язковими компонентами освітньо-наукової програми**

	ОК 1	ОК 2	ОК 3	ОК 4	ОК 5	ОК 6	ОК 7	ОК 8	ОК 9	ОК 10	ОК 11
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					+		+				







