

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»
Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 «Маркетинг»
галузі знань D «Бізнес, адміністрування та право»
Освітня кваліфікація: бакалавр маркетингу**

ЗАТВЕРДЖЕНО ВЧЕНОЮ РАДОЮ



Голова Вченої ради

/ О. О. Непочатенко/

(протокол № 5 від 12.03.2025 р.,

перезатверджено протокол № 7 від 08.04.2025 р.)

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2025 р.

Ректор / О.О. Непочатенко/

(наказ № 01-16/14/од від 12.03.2025 р.,

перезатверджено наказ № 01-16/19/од від 09.04.2025 р.)

Умань 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма є нормативним документом, який регламентує нормативні, компетентнісні, кваліфікаційні, організаційні, навчальні та методичні вимоги у підготовці бакалаврів у галузі D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D5 «Маркетинг». Вона заснована на компетентністному підході підготовки бакалаврів у галузі D «Бізнес, адміністрування та право» спеціальності D 5 «Маркетинг».

Освітньо-професійна програма спеціальності D5 «Маркетинг» розроблена робочою групою у складі:

№ п/п	ПІБ	Посада	Науковий ступінь, вчене звання
НПП			
1.	Харенко Андрій Олександрович (гарант ОПП)	доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету	Кандидат економічних наук, доцент
2.	Пенькова Оксана Георгіївна	завідувач кафедри маркетингу Уманського національного університету	Доктор економічних наук, професор
3.	Лементовська Валентина Анатоліївна	доцент кафедри маркетингу Уманського національного університету	Кандидат економічних наук, доцент
Залучені стейкхолдери			
№ п/п	ПІБ	До якої групи стейкхолдерів належить (здобувач вищої освіти, випускник, роботодавець тощо)	Науковий ступінь, вчене звання (за наявності) Підпис
1.	Давиденко Олег Петрович	роботодавець, головний бухгалтер ФГ «Агрофірма «Базис» Уманського району Черкаської області	-
2.	Левченко Максим Андрійович	здобувач першого рівня вищої освіти (бакалавр)	-

Програма погоджена та/або затверджена: на засіданні кафедри маркетингу (протокол № 9 від 09.03.2025 р.); Вченою радою факультету економіки і підприємництва (протокол № 7 від 11.03.2025 р.); схвалена Науково-методичною радою (протокол № 5 від 12.03.2025 р.).

1. Профіль освітньої програми зі спеціальності D5 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Уманський національний університет Факультет економіки і підприємництва Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Бакалавр Бакалавр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг Marketing
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС
Форма здобуття освіти	Денна – 3 роки і 10 місяців, заочна – 3 роки і 10 місяців.
Наявність акредитації	Акредитовано 16.05.2025 р. за освітнім рівнем бакалавр. Термін дії сертифіката № 12255 – до 01.07.2030 р.
Цикл/рівень	FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень, НРК України – 6 рівень
Передумови	Повна загальна середня освіта / диплом молодшого спеціаліста / диплом молодшого бакалавра / диплом фахового молодшого бакалавра
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	3 роки і 10 місяців
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://ects.udau.edu.ua
2 – Мета та цілі освітньої програми	
Підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності, з поглибленим вивченням її специфіки в аграрній сфері.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область	D «Бізнес, адміністрування та право». D5 «Маркетинг».
Орієнтація освітньої програми	Освітня програма орієнтується на сучасні професійні та наукові досягнення в галузі економічних дисциплін, враховує специфіку маркетингової діяльності підприємств, установ та організацій різних форм власності, орієнтує на актуальні спеціалізації, в рамках яких здобувач визначає професійну кар'єру.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта в предметній області. Спеціальна. Формування та розвиток професійної компетентності для здійснення діяльності у галузі маркетингу з урахуванням сучасних вимог.
Особливості програми	Орієнтована на підготовку фахівців, які володіють ґрунтовними теоретичними знаннями та практичними навичками з провадження маркетингової діяльності установ, організацій

	підприємств різних форм власності, з поглибленим вивченням її специфіки в аграрній сфері економіки. Крім того, програмою передбачено підбір освітніх компонентів, що дозволяють сформувати у здобувачів актуальні на регіональному ринку праці компетентності у сфері маркетингу, а саме значна увага приділяється цифровим технологіям та вивченню іноземної мови.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	1233 Начальник відділу збуту (маркетингу); 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю; 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; 3415 Мерчендайзер; 3429 Торговець (обслуговування бізнесу та реклама).
Подальше навчання	Можливість навчання за програмою другого рівня вищої освіти в галузях, що узгоджується з отриманим дипломом бакалавра, або суміжною: магістерські (освітньо-наукові /освітньо-професійні) програми вищої освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання навчання та	Студентоцентроване проблемно-орієнтоване навчання, самонавчання з набуттям загальних та професійних компетентностей, достатніх для продукування нових ідей, розв'язання комплексних проблем у професійній галузі. Проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання ресурсів мережі Інтернет. Самостійна робота на основі підручників та ресурсів системи дистанційної освіти Moodle Уманського НУС.
Оцінювання	Опитування, презентація проектно-дослідних робіт, есе, тестування, контрольні роботи, розв'язування задач, модульний тестовий контроль, захист звітів з практики, виконання творчих завдань. Підсумковий контроль екзамен/залік. Підсумкова атестація – атестаційний екзамен. Оцінювання навчальних досягнень студентів здійснюється за 4-бальною національною шкалою (відмінно, добре, задовільно, незадовільно); 2-рівневою національною шкалою (зараховано/незараховано); 100-бальною шкалою ECTS (A, B, C, D, E, F, FX).
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. 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. ЗК2. 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. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій. ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. ФК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. ФК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. ФК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. ФК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. ФК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. ФК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. ФК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. ФК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків. ФК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. ФК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. ФК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій

	маркетингової діяльності. ФК 15. Здатність організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки з урахуванням специфіки її методичного інструментарію
7 – Програмні результати навчання	
ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. 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. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності. 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. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища. 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. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. 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. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПРН 19. Демонструвати розуміння специфіки та вміння організовувати, проваджувати та вдосконалювати маркетингову діяльність суб'єктів аграрної сфери економіки	

8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Процес навчання забезпечують провідні фахівці кафедр університету. Всі НПП залучені до реалізації освітньої складової ОПП мають підтверджений рівень наукової та професійної активності.
Матеріально-технічне забезпечення	• навчальні корпуси; • гуртожитки; • тематичні кабінети; • комп'ютерні класи; • пункти харчування; • точки бездротового доступу до мережі Інтернет; • мультимедійне обладнання; • спортивний зал, спортивні майданчики.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчальний процес забезпечується інформаційними та навчально-методичними ресурсами: – офіційний сайт УНУ: http://udau.edu.ua; – необмежений доступ до мережі Інтернет; – наукова бібліотека, читальні зали; – віртуальне навчальне середовище Moodle; – інституційний репозитарій; – навчальні плани; – графіки навчального процесу; – методичне забезпечення дисциплін; – програми практик; – методичні вказівки з підготовки та проведення підсумкової атестації. Методичні матеріали постійно оновлюються та адаптуються до цілей освітньої програми.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Регламентується Положенням про академічну мобільність студентів Уманського НУС та Положенням про порядок визнання результатів навчання в інших ЗВО в Уманському НУ. Реалізується на основі двосторонніх договорів між Уманським національним університетом садівництва та закладами вищої освіти України
Міжнародна кредитна мобільність	На підставі укладених угод університету про міжнародну академічну мобільність (Еразмус+ K1)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти проводиться на загальних умовах

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), практика, підсумкова атестація)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
1.1. Освітні компоненти гуманітарної, соціально-економічної та природничо-наукової підготовки			
ОК 1	Політична економія	4	Екзамен
ОК 2	Ділова українська мова	4	Екзамен
ОК 3	Історія та культура України	4	Екзамен
ОК 4	Основи наукових досліджень та академічна доброчесність	4	Залік
ОК 5	Математика для економістів	8	Екзамен
ОК 6	Фізичне виховання	8	Залік
ОК 7	Іноземна мова	16	Екзамен
ОК 8	Мікроекономіка	4	Екзамен
ОК 9	Інформатика	4	Екзамен
ОК 10	Макроекономіка	4	Екзамен
ОК 11	Теорія ймовірності і математична статистика	4	Екзамен
ОК 12	Правознавство	4	Залік
ОК 13	Економетрика	4	Екзамен
ОК 14	Оптимізаційні методи та моделі	4	Екзамен
Всього		76	X
1.2. Освітні компоненти професійної та практичної підготовки			
ОК 15	Основи комерційної діяльності	4	Екзамен
ОК 16	Поведінка споживачів	4	Екзамен
ОК 17	Маркетинг	8	Екзамен
ОК 18	Економіка підприємства	4	Екзамен
ОК 19	Менеджмент	4	Екзамен
ОК 20	Основи економіки аграрного сектора	4	Залік
ОК 21	Економічний аналіз	4	Залік
ОК 22	Логістика	4	Екзамен
ОК 23	Маркетингові дослідження	4	Екзамен
ОК 24	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4	Екзамен
ОК 25	Маркетингове ціноутворення	4	Екзамен
ОК 26	Маркетингова товарна політика	4	Екзамен
ОК 27	Управління каналами розподілу	4	Екзамен
ОК 28	Маркетингові комунікації	4	Екзамен
ОК 29	Економічний механізм маркетингу	4	Екзамен
ОК 30	Маркетинг в аграрній сфері	4	Екзамен
ОК 31	Маркетинг послуг	4	Екзамен
ОК 32	Маркетинг в соціальних мережах	4	Екзамен
ОК 33	Навчальна практика з вступу до фаху	3	Залік
ОК 34	Навчальна практика з маркетингу	4	Залік
ОК 35	Виробнича практика 1	6	Залік
ОК 36	Виробнича практика 2	9	Залік
Всього		98	X
Загальний обсяг обов'язкових компонент		174	X

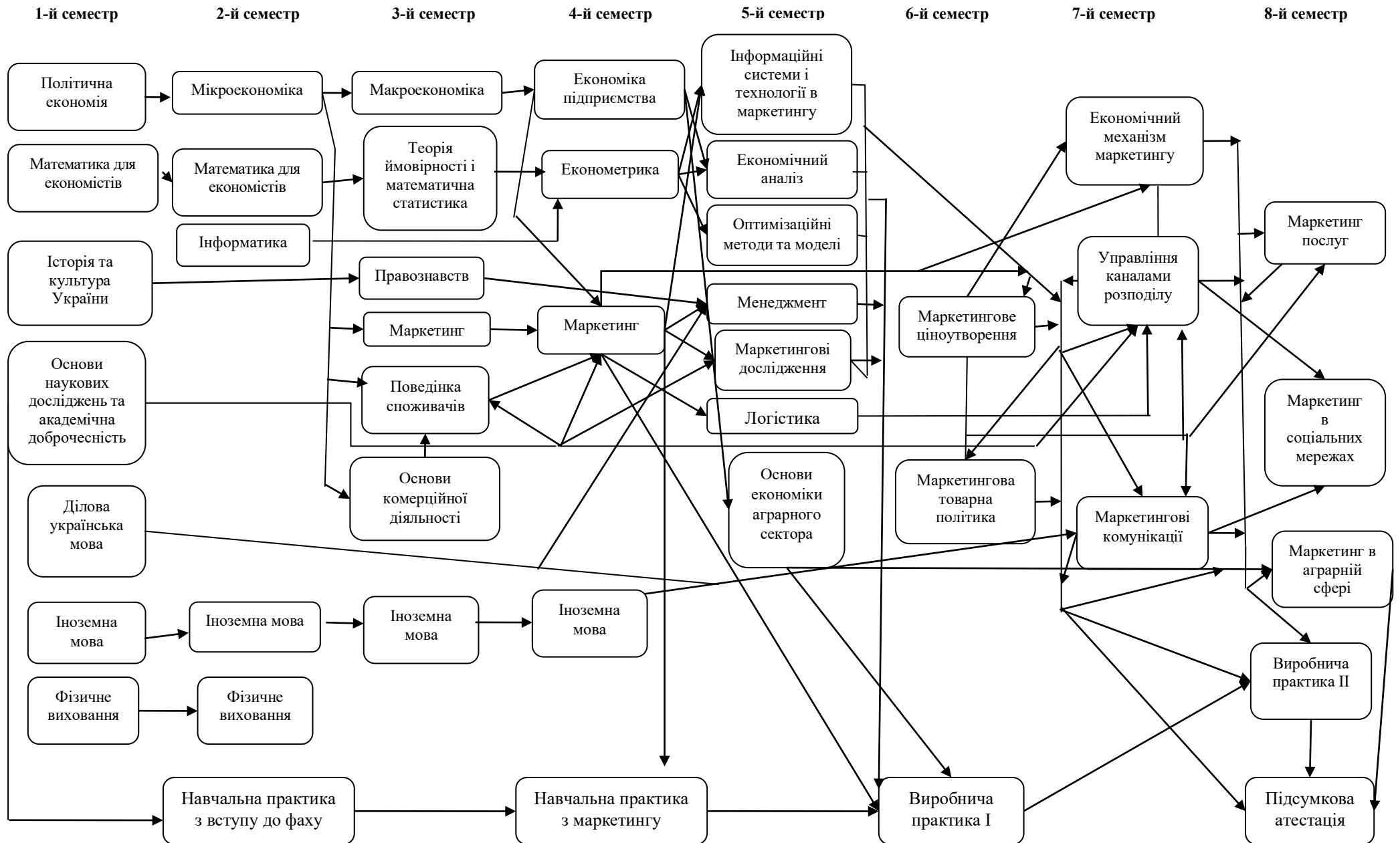
Вибіркові компоненти ОП***			
ВК 1.1	1.1. Фахові освітні компоненти		
ВК 1	Дисципліна 1	3	Залік
ВК 2	Дисципліна 2	3	Залік
ВК 3	Дисципліна 3	3	Залік
ВК 4	Дисципліна 4	3	Залік
ВК 5	Дисципліна 5	3	Залік
ВК 6	Дисципліна 6	3	Залік
ВК 7	Дисципліна 7	3	Залік
ВК 8	Дисципліна 8	3	Залік
ВК 9	Дисципліна 9	3	Залік
ВК 10	Дисципліна 10	3	Залік
ВК 11	Дисципліна 11	3	Залік
ВК 12	Дисципліна 12	3	Залік
ВК 13	Дисципліна 13	3	Залік
ВК 14	Дисципліна 14	3	Залік
ВК 15	Дисципліна 15	3	Залік
ВК 16	Дисципліна 16	3	Залік
ВК 17	Дисципліна 17	3	Залік
ВК 18	Дисципліна 18	3	Залік
Всього		54	X
ВК 1.2	1.2. Загальноуніверситетські освітні компоненти		
ВК 19***	Дисципліна 1	3	Залік
ВК 20	Дисципліна 2	3	Залік
ВК 21	Дисципліна 3	3	Залік
ВК 22	Дисципліна 4	3	Залік
Всього		12	X
Загальний обсяг вибірових компонент		66	X
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240	X

* здобувач вищої освіти здійснює свій вибір відповідно до Положення «Про вибіркові дисципліни в Уманському національному університеті садівництва»;

** вибір здійснюється з каталогу елективних дисциплін в електронному кабінеті здобувача;

*** для здобувачів чоловічої статі денної та дуальної форми навчання, які досягли 18-річного віку обов'язковим вибором у четвертому семестрі (для здобувачів на основі повної загальної середньої освіти) та у другому семестрі (для здобувачів на основі освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста, освітньо-професійного ступеня фахового молодшого бакалавра та освітнього ступеня молодшого бакалавра) є дисципліна «Базова загальновійськова підготовка». Для усіх інших здобувачів: 1. Здобувачі чоловічої статі, які: 1) визнані за станом здоров'я непридатними до військової служби; 2) до набуття громадянства України пройшли військову службу в інших державах; 3) проходили військову службу; 4) мають сертифікат про проходження базової підготовки та здобуття військово-облікової спеціальності; 2. Здобувачів жіночої статі вибір дисципліни «Базова загальновійськова підготовка» є вільним.

2.2. Структурно-логічна схема ОП



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми спеціальності D5 «Маркетинг» проводиться у формі атестаційного екзамену з дисциплін фахової підготовки та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу.

Атестація здобувачів вищої освіти – це встановлення відповідності засвоєних здобувачами вищої освіти рівня та обсягу знань, умінь, інших компетентностей вимогам стандарту вищої освіти.

Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється Екзаменаційною комісією після завершення навчання на освітньому ступені бакалавр з метою комплексної перевірки й оцінки теоретичної та практичної фахової підготовки студентів-випускників. Екзаменаційна комісія створюється щороку у складі голови та членів комісії. Вона працює у строки, визначені графіком навчального процесу на поточний навчальний рік, що розробляється на основі навчальних планів, затверджується ректором університету.

Рішення екзаменаційної комісії про оцінку результатів атестації, присудження освітнього ступеня, а також про видачу здобувачам вищої освіти дипломів (дипломів з відзнакою) про закінчення закладу вищої освіти приймається на закритому засіданні екзаменаційної комісії відкритим голосуванням звичайною більшістю голосів членів екзаменаційної комісії, які брали участь в її засіданні.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ЗК 1	ЗК 2	ЗК 3	ЗК 4	ЗК 5	ЗК 6	ЗК 7	ЗК 8	ЗК 9	ЗК 10	ЗК 11	ЗК 12	ЗК 13	ЗК 14	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	ФК 15
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						+		+									+			+							+		
ОК 24				+					+													+	+		+		+		
ОК 25						+															+	+							
ОК 26						+																+	+	+				+	
ОК 27																					+	+						+	
ОК 28						+			+				+									+	+				+		
ОК 29						+												+	+		+	+				+		+	
ОК 30																													+
ОК 31																						+	+						
ОК 32				+					+														+		+				
ОК 33						+																							
ОК 34						+	+																						
ОК 35					+		+											+	+			+				+		+	
ОК 36					+		+											+	+			+				+		+	

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

	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
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	+	+		+	+		+		+			+							
ОК 24		+		+			+	+		+	+					+			
ОК 25	+	+		+		+			+										
ОК 26		+		+		+		+	+		+								
ОК 27				+		+					+		+						
ОК 28	+					+	+	+		+	+				+				
ОК 29				+		+			+					+					
ОК 30																			+
ОК 31				+	+	+					+								
ОК 32							+	+			+								
ОК 33																+			
ОК 34			+									+		+		+			
ОК 35	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		
ОК 36	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+		