ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ВІДКРИТИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ «УКРАЇНА»
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
Кафедра управління та адміністрування

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Президент Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
_____ Петро ТАЛАНЧУК

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МАРКЕТИНГ» «Marketing»

ID 78578
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право
Кваліфікація: ***магістр з маркетингу***

Затверджено рішенням Вченої ради Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» протокол № 3 від 24 квітня 2025 року
Освітньо-професійна програма вводиться в дію наказом від 24 квітня 2025 року №52

Затверджено рішенням Вченої ради Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» протокол № 2 від 30 квітня 2026 року
Освітньо-професійна програма вводиться в дію наказом від 30 квітня 2026 року №45

Київ – 2026

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»
другого (магістерського) рівня вищої освіти

В.о.проректора з освітньої діяльності	Світлана НЕСТЕРЕНКО
Начальник відділу методичної роботи	Вікторія БАУЛА
Голова Науково-методичного об'єднання з управління та адміністрування	Ростислав ДУБАС
Директор Інституту економіки та менеджменту	Світлана НЕСТЕРЕНКО
Гарант освітньої програми: професор кафедри фінансів та обліку, д.е.н., професор	Світлана ДРОБЯЗКО
Представник роботодавців: Доцент кафедри маркетингу Державного торговельно-економічного університету, к.е.н., доцент	Ігор ПОНОМАРЕНКО
Представник студентського самоврядування: здобувач освіти освітньої програми «Маркетинг» групи МК-22-1	Назар ТРОЦЕНКО

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

Гарант ОП - Дробязко Світлана Ігорівна	професор кафедри фінансів та обліку	д.е.н.	професор
Дубас Ростислав Григорович	завідувач кафедри управління та адміністрування	д.е.н.	професор
Самофалова Марія Олексіївна	доцент кафедри управління та адміністрування	к.е.н.	доцент
Васюк Інна Володимирівна	доцент кафедри управління та адміністрування	к.е.н.	

Рекомендовано Науково-методичним об'єднанням з управління та адміністрування у складі:

Голова НМО Дубас Ростислав Григорович	доктор економічних наук	професор	завідувач кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту
Самофалова Марія Олексіївна	кандидат економічних наук	доцент	доцент кафедри управління та адміністрування Інституту економіки та менеджменту
Давиденко Віталій Володимирович	доктор політичних наук	професор	професор кафедри бізнесу та права Вінницького соціально-економічного інституту
Швед Вадим Валерійович	кандидат економічних наук	доцент	професор кафедри бізнесу та права Вінницького соціально-економічного інституту
Шафранова Катерина Володимирівна	кандидат економічних наук	доцент	директор, доцент кафедри менеджменту та туризму Житомирського економіко-гуманітарного інституту
Долинський Сергій Вікторович	кандидат економічних наук	доцент	доцент кафедри економіки та менеджменту Карпатського інституту підприємництва
Скупський Руслан Миколайович	доктор економічних наук	професор	завідувач кафедри підприємництва, управління та адміністрування Миколаївського інституту розвитку людини
Нагорна Ольга Вікторівна			голова циклової комісії фінансово-економічних дисциплін, старший викладач Рівненського фахового коледжу
Черненко Олександр Володимирович	кандидат педагогічних наук	доцент	доцент кафедри права та соціально-економічних відносин Центральноукраїнського інституту розвитку людини

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкголдерів:

1. Пономаренко І.В., доцент кафедри маркетингу Державного торговельно-економічного університету, к.е.н., доцент.

2. Скурський О.І., директор ТОВ «ПРОФІТ ТРЕЙДС».

3. Яценко Денис Євгенійович, здобувач освіти освітньої програми «Маркетинг» групи МК-24-1м.

Гаранта освітньої програми затверджено наказом президента Університету «Україна» від 27 листопада 2025 року № 192.

Зміст освітньої програми розглянуто:

- на засіданні Ради роботодавців (**Протокол №2 від 20 листопада 2025 року**);
- на засіданні кафедри управління та адміністрування (**Протокол №3 від 10 березня 2026 року**);
- на засіданні Вченої ради Інституту економіки та менеджменту (**Протокол №2 від 6 квітня 2026 року**);
- на засіданні Науково-методичного об'єднання управління та адміністрування (**Протокол №4 від 16 квітня 2026 року**);
- на засіданні Науково-методичної ради (**Протокол №6 від 23 квітня 2026 року**).

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу	Заклад вищої освіти «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Інститут економіки та менеджменту Кафедра управління та адміністрування
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр Магістр з маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг Marketing ID 78578
Форма навчання	денна, заочна, мережева
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не передбачено
Кваліфікація в дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітньо-професійна програма – Маркетинг
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання – 1 рік 4 місяців 72,2% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених стандартом вищої освіти. Обсяг практик складає 12 кредитів ЄКТС. Заклад вищої освіти має право визнати результати навчання та перезарахувати відповідні кредити ЄКТС, здобуті за попередньою освітньою програмою другого – третього рівнів вищої освіти.
Наявність акредитації	Не акредитована
Цикл/рівень	НРК України – 7 рівень, FQ-EHEA – другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень
Передумови	Вимоги до рівня освіти осіб, які можуть розпочати навчання за освітніми програмами магістерського рівня вищої освіти визначаються згідно із Законом України «Про вищу освіту» (зазначається лише нижчий з рівнів освіти, який надає право доступу до здобуття відповідної кваліфікації), а саме: для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти можуть вступати особи, які здобули освітній ступінь бакалавра.

Мова(и) викладання	Мовою освітнього процесу є державна мова. Забезпечується обов'язкове вивчення академічної та професійної комунікації в обсязі 4 кредитів ЄКТС, що дає змогу провадити професійну діяльність в обраній галузі з використанням державної мови та мови міжнародного спілкування. Особам, які належать до корінних народів, національних меншин України, іноземцям та особам без громадянства створюються належні умови для вивчення державної мови. Відповідно до освітньо-професійної програми можуть викладатися одна або декілька дисциплін англійською мовою, забезпечуючи при цьому здатність здобувачів вищої освіти продемонструвати результати навчання відповідної дисципліни державною мовою. У разі якщо є письмове звернення від одного чи більше здобувачів освіти, забезпечується переклад державною мовою. Атестація здобувачів вищої освіти проводиться державною мовою.
Термін дії освітньої програми	Програма дійсна впродовж дії стандарту вищої освіти та може бути відкоригована відповідно до діючих нормативних документів.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://ab.uu.edu.ua/nm_zabezpechennya_specialnostey_2026_27
2 – Мета освітньої програми	
- підготовка кваліфікованих фахівців-науковців із маркетингу; - надання спеціальних знань із управління та організації маркетингової діяльності шляхом проведення теоретичного та практичного навчання; - підготовка до проведення наукової та науково-педагогічної роботи.	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності**))**	*Галузь знань*: D Бізнес, адміністрування та право *Спеціальність*: D5 Маркетинг *Цілі навчання:* Набуття здобувачами вищої освіти здатності до розв'язування задач дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері маркетингової діяльності. *Об'єкт вивчення*: Маркетингове середовище, формування стратегій та розробка інструментів товарного асортименту, маркетингового ціноутворення, комунікацій і рекламної діяльності, розподілу та обміну пропозиціями, що мають цінність для суб'єктів ринкових відносин та суспільства. *Теоретичний зміст предметної області:* Теорії, поняття, принципи, концепції, система маркетингу, закономірності та специфіка ринків, поведінки споживачів, зміст та етапи маркетингової діяльності, маркетингові стратегії і тактики. *Методи, методики та технології:* Методи, методики, інструменти, цифрові та інформаційні технології для здійснення маркетингової діяльності: проведення маркетингових досліджень ринку та поведінки суб'єктів ринкових відносин, сегментуваня, позиціонування. *Інструменти та обладнання:* Обладнання, програмні продукти, мережі, сервіси, необхідні для успішної реалізації стратегій, функцій і інструментів маркетингу.
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна. Програма спрямована на надання знань у сфері маркетингу фахівцям, які спроможні використовувати ці знання, вміння та навички щодо

	формування та реалізації комплексної програми підвищення конкурентоспроможності підприємств на національному та міжнародному ринках на основі організаційного, технологічного, технічного та інформаційного забезпечення базових функцій маркетингу, організації і планування маркетингової діяльності в умовах невизначеності та ризику.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Формування вміння управляти маркетинговою діяльністю на підприємстві. Основний фокус, акценти та завдання програми спрямовані на формування знань, умінь та компетентностей випускників програми щодо володіння сучасним інструментарієм із маркетингу та обґрунтування напрямів із підвищення ефективності діяльності підприємства в мінливих ринкових умовах. Підготовка фахівців здійснюється на базі наукових та методологічних основ маркетингу для підприємств різних галузей і сфер діяльності. Основний фокус програми полягає в забезпеченні компетентностей зі стратегічного та тактичного планування, управління, організації та впровадження підприємницької діяльності на підприємствах різних галузей і сфер економіки.
Особливості програми	Особливості освітньої програми полягають у підготовці здобувачів до взаємодії з різними категоріями людей в інклюзивному середовищі через проведення практикумів із навчальних дисциплін, здійснення власних наукових досліджень, опублікування статей у фахових або міжнародних наукових виданнях, підготовка студентських наукових робіт на конкурси та тез доповідей на щорічну науково-практичну конференцію «Інклюзивне освітнє середовище: проблеми, перспективи, кращі практики». Програма містить значну практичну підготовку, а саме 2 види практик: науково-дослідну та переддипломну.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Працевлаштування на керівних, фахових, наукових, науково-педагогічних посадах, що потребують кваліфікації магістра з маркетингу на підприємствах, в установах і організаціях, закладах вищої освіти. Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010). 1233 Керівники підрозділів маркетингу; 1234 Керівники підрозділів із реклами та зв'язків із громадськістю; 1475.4 Менеджери (управителі) з питань комерційної діяльності та управління; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419 Професіонали у сфері державної служби, маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності; 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності

Подальше навчання	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді лекцій, мультимедійних лекцій, інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, самостійного навчання, індивідуальних занять тощо. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язування проблем маркетингу, виконання курсової роботи, науково-дослідна та педагогічна практики, підготовка магістерської роботи. Аудиторна та самостійна робота на засадах проблемно- орієнтованого підходу з використанням сучасних освітніх технологій та методик (тренінги, презентації, дискусії, модерації, моделювання ситуацій, «мозкова атака», метод «кейс-стаді», робота в малих групах, дистанційне навчання).
Оцінювання	Письмові екзамени та заліки, захист курсової роботи, звіти про проходження переддипломної та науково-дослідної практики, захист магістерської кваліфікаційної роботи. Оцінювання здійснюється відповідно до Положення про організацію освітнього процесу.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК 5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК 8. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.
Спеціальні (фахові) компетентності (СК)	СК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.

	СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК 7. Здатність розробляти й аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання (Program Learning Outcomes)	
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	PLO 1. To know and to be able to apply modern principles, theories, methods and practical techniques of marketing in practice.
ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	PLO 2. To be able to adapt and to apply new advances in the theory and practice of marketing to achieve specific goals and to solve the problems of the market entity.
ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати й обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	PLO 3. To plan and to carry out own researches in the field of marketing, to analyze its results and to substantiate acceptance of effective marketing decisions in the conditions of uncertainty.
ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.	PLO 4. To be able to develop a strategy and tactics of marketing activities, taking into the account the cross-functional nature of its implementation.
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	PLO 5. To present and to discuss the results of scientific and applied research, marketing projects in state and foreign languages.
ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними.	PLO 6. To be able to increase the efficiency of marketing activities of the market entity at different levels of government, to develop projects in the field of marketing and to manage them.
ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.	PLO 7. To be able to form and to improve the marketing system of the market entity.
ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.	PLO 8. To use methods of interpersonal communication in the course of the decision of collective problems, conducting negotiations, scientific discussions in the field of marketing.
ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.	PLO 9. To understand the nature and features of the use of marketing tools in the marketing decision-making process.
ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	PLO 10. To substantiate marketing decisions at the level of the market subject with application of modern administrative principles, approaches, methods, receptions.
ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.	PLO 11. To use the methods of marketing strategic analysis and to interpret its results in order to improve the marketing activities of the market entity.

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. ПРН 13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти й аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	PLO 12. To carry out diagnostics and strategic and operational marketing management for the development and implementation of marketing strategies, projects and programs. PLO 13. To manage the marketing activities of the market entity, as well as its divisions, groups and networks, to determine the criteria and indicators for its evaluation. PLO 14. To form a marketing system of interaction, to build long-term mutually beneficial relations with other market participants. PLO 15. To collect the necessary data from various sources, to process and to analyze their results using modern methods and specialized software.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Залучені до реалізації освітньої програми науково-педагогічні працівники відповідають кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності для відповідного рівня вищої освіти, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 № 1187 (зі змінами). Всі науково-педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму, за кваліфікацією відповідають профілю і напряму дисциплін, що викладаються, мають необхідний стаж педагогічної роботи та досвід практичної роботи. До освітнього процесу залучаються професіонали з досвідом дослідницької /управлінської /інноваційної /творчої роботи та/або роботи за фахом. Частка науково-педагогічних працівників із науковими ступенями та вченими званнями, які забезпечують викладання лекційних годин циклів дисциплін навчального плану, не менше 90% від кількості годин, у тому числі частка осіб, які працюють в університеті за основним місцем роботи, не менше 75% від кількості годин. Частка докторів наук або професорів – не менше 25% від кількості годин.
Матеріально-технічне забезпечення	Університет здійснює матеріально-технічне забезпечення: - аудиторний фонд; - бібліотека; - комп'ютерні класи; - Україно-корейський комп'ютерний центр; - медичний кабінет; - Науково-практичний медико-реабілітаційний центр; - Центр інклюзивних технологій навчання; - їдальня (кав`ярня); - гуртожитки; - спортивні майданчики, зали і стадіон; - наявність пандусів; - наявність пасажирських ліфтів та ін.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення передбачає наявність: - бібліотечного фонду, електронних підручників, посібників, конспектів лекцій, опорних конспектів лекцій; - навчально-методичних комплексів дисциплін; - методичних матеріалів для підготовки і захисту курсових і магістерських робіт;

	- пакетів ККР; - програм переддипломної та педагогічної практики; - методичних матеріалів для самостійної роботи студентів; - навчально-методичних матеріалів, викладених на платформі Moodle; - відеолекцій та аудіолекцій; - пакетів прикладних програм та ін. З метою управління освітніми процесами розроблено ефективну політику в сфері інформаційного менеджменту та відповідну інтегровану інформаційну систему управління освітнім процесом. Дана система передбачає автоматизацію основних функцій управління освітнім процесом, зокрема: забезпечення проведення вступної кампанії, планування та організацію освітнього процесу; доступу до навчальних ресурсів; обліку та аналізу успішності здобувачів вищої освіти; адміністрування основних та допоміжних процесів забезпечення освітньої діяльності; моніторингу дотримання стандартів якості; управління знаннями та інноваційного менеджменту; управління кадрами та ін. Основні підходи, методи та технології, які використовуються в даній програмі: студентоцентроване та проблемно-орієнтоване навчання, електронне навчання в системі Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень тощо. Викладання проводиться у вигляді лекцій, мультимедійних лекцій, інтерактивних лекцій, семінарів, практичних занять, самостійного навчання, індивідуальних занять тощо.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Національна кредитна мобільність може здійснюватися відповідно до угод між Університетом «Україна» та українськими закладами вищої освіти (науковими установами)-партнерами, а саме: Київський національний університет архітектури і будівництва, Академія фінансового управління, Національна академія статистики, обліку та аудиту, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, Міжнародний європейський університет та інші..
Міжнародна кредитна мобільність	Згідно із програмами міжнародного співробітництва студенти Університету «Україна» зі знанням іноземних мов мають змогу здобувати освіту за кордоном у Польщі (Вістула), Литві (Вільнюс, Шяуляй). Програми реалізуються на основі паралельного дипломування, тобто шляхом паралельного або послідовного навчання в Університеті «Україна» та в закордонному ЗВО-партнері.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Умови та особливості в контексті навчання іноземних громадян: - другий рівень вищої освіти – магістр; - умови прийому на навчання за програмою регламентуються Правилами прийому до Університету «Україна».

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

2.1. Перелік компонент

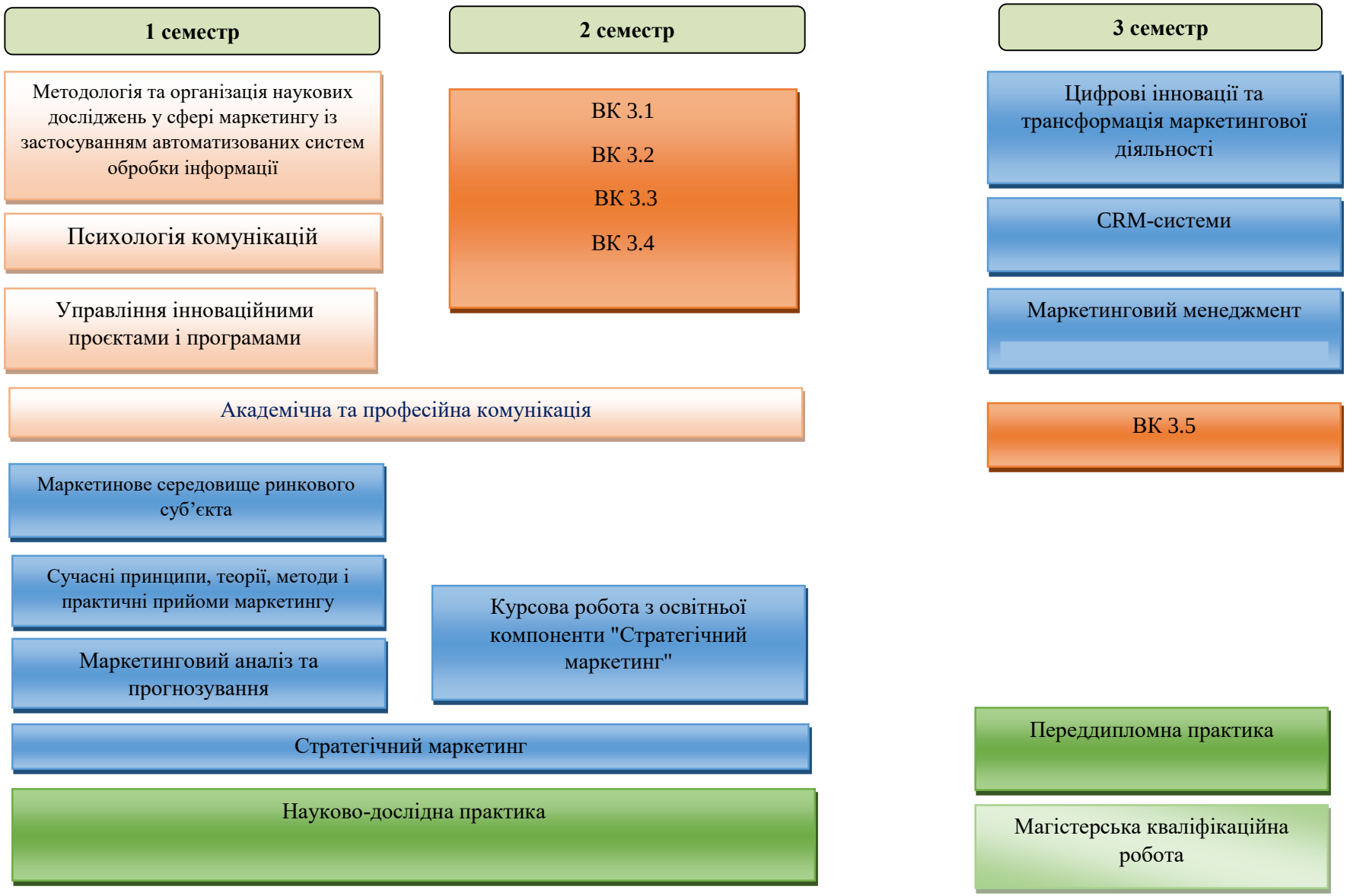
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проєкти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Обсяг		Форма підсумк. контролю	Семес-три
		кредити ECTS	академ. години		
1	2	3	4	5	6
І. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ					
1.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК 1.1	Методологія та організація наукових досліджень у сфері маркетингу із застосуванням автоматизованих систем обробки інформації	**3**	90	з	**1**
ОК 1.2	Психологія комунікацій	**3**	90	і	**1**
ОК 1.3	Управління інноваційними проєктами і програмами	**3**	90	і	**1**
ОК 1.4	Академічна та професійна комунікація	**4**	120	з,і	**1,2**
	Всього ОК за циклом загальної підготовки	**13**	**390**	**5**	
ІІ. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ					
2.1. Обов'язкові компоненти освітньої програми					
ОК 2.1	Маркетинове середовище ринкового суб'єкта	**5**	150	і	**1**
ОК 2.2	Сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу	**5**	150	з	**1**
ОК 2.3	Маркетинговий аналіз та прогнозування	**5**	150	і	**1**
ОК 2.4	Стратегічний маркетинг	**5**	150	з, і	**1,2**
ОК 2.5	Цифрові інновації та трансформація маркетингової діяльності	**3**	90	і	**3**
ОК 2.6	CRM-системи	**3**	90	з	**3**
ОК 2.7	Маркетинговий менеджмент	**4**	120	і	**3**
КР 1	Курсова робота з освітньої компоненти "Стратегічний маркетинг "	**1**	30	захист	**2**
ПР 1	Науково-дослідна практика	**6**	180	дз	**2**
ПР 2	Переддипломна практика	**6**	180	дз	**3**
	Магістерська кваліфікаційна робота	**9**	270	**Захист**	**3**
Всього ОК за циклом професійної підготовки		**52**	**1560**	**12**	
ІІІ. Вибіркові компоненти освітньої програми					
ВК 3.1	Вибіркові компоненти освітньої програми	**5**	**150**	з	**2**
ВК 3.2		**5**	**150**	з	**2**
ВК 3.3		**5**	**150**	з	**2**
ВК 3.4		**5**	**150**	з	**2**

ВК 3.5		**5**	**150**	з	**3**
Всього ВК		**25**	**750**	**5**	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ					
РАЗОМ:		**90**	**2 700**		

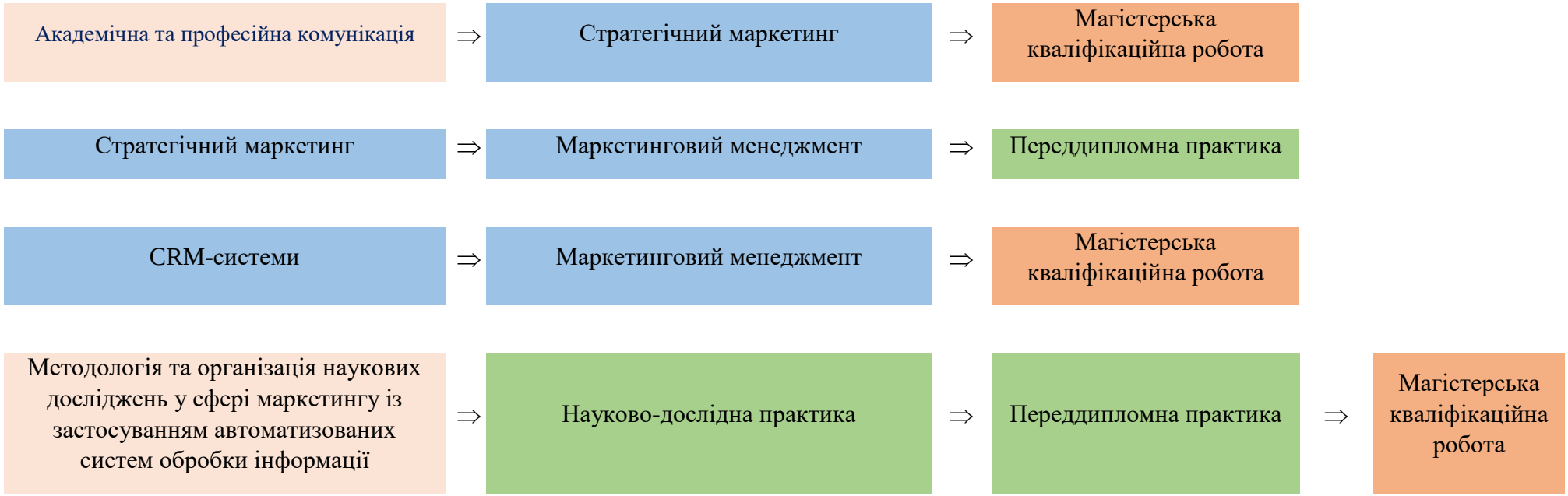
Вибіркові компоненти – 25 кредитів (27,8%).

Освітні компоненти вільного вибору обираються здобувачем вищої освіти із загальноуніверситетського каталогу вибіркових дисциплін, розташованого за посиланням https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Organizaciya_navch_proc/Vibir_disciplin/Katalog_vibirkovih_disciplin.xlsx.

2.2. Посеместрова структурна схема освітньо-професійної програми



2.3. Структурно-логічна схема вивчення компонент освітньої програми


Академічна та професійна комунікація
Стратегічний маркетинг
Магістерська кваліфікаційна робота
Стратегічний маркетинг
Маркетинговий менеджмент
Переддипломна практика
CRM-системи
Маркетинговий менеджмент
Магістерська кваліфікаційна робота
Методологія та організація наукових досліджень у сфері маркетингу із застосуванням автоматизованих систем обробки інформації
Науково-дослідна практика
Переддипломна практика
Магістерська кваліфікаційна робота

2.4. Практична підготовка

Вид практики	К-сть кредитів ЄКТС	Семестр	Зміст практики	Очікувані результати навчання	Підсумок
Науково-дослідна	6 кредитів (4 тижні)	1,2	1. Ознайомлення з вітчизняними та зарубіжними науковими джерелами, методичними та нормативними матеріалом з метою формування здобувачем освіти бібліографічного списку літератури за обраним напрямом магістерського дослідження. 2. Збір та обробка бухгалтерського та фінансового матеріалу (статистичних даних) із обраної тематики магістерської роботи. 3. Підготовка і написання статті (тез доповідей до науково-практичних конференцій). 4. Написання звіту	ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати й обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти й аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення	Щоденник Наукова публікація Захист звіту
Переддипломна	6 кредитів (4 тижні)	3	1. Вивчення ринкового середовища підприємства, галузі 2. Вивчення й аналіз нормативних документів, що регулюють відповідний напрям маркетингової діяльності 3. Аналіз публікацій з теми дослідження	ПРН 2. Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. ПРН 3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати й обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.	Щоденник Звіт 30-35 сторінок Захист

			4. Характеристика сфери використання, новизни та значущості результатів досліджень 5. Визначення структури досліджень, послідовності їх проведення, методів аналізу зібраних матеріалів. 6. Укладання картотеки й оформлення бібліографії з теми, обраної для дослідження 7. Обробка аналітичного матеріалу та результатів дослідження із застосуванням комп'ютерних технологій. Обґрунтування висновків та пропозицій 8. Написання звіту	ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами. ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проєкти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм. ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти й аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	

2.5. Курсові роботи

Назва дисципліни, з якої пишеться курсова робота	Семестр	Мета курсової роботи	Очікувані результати навчання
Стратегічний маркетинг	**2**	Виконання курсової роботи з дисципліни "Стратегічний і тактичний маркетинг ринкового суб'єкта" є складовою частиною навчального процесу, активною формою самостійної роботи студентів. Курсова робота – це самостійне науково-практичне дослідження, яке дозволяє оцінити якість знань здобувача та його уміння застосовувати їх на практиці. Мета написання курсової роботи з дисципліни "Стратегічний і тактичний маркетинг ринкового суб'єкта" – засвоєння теоретичних знань щодо маркетингових стратегій і тактик та формування практичних навичок управління стратегічною і тактичною маркетинговою діяльністю підприємства.	ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН 14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.

2.6. Фахові періодичні видання України з підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг

Назва видання	Засновник Дані про видання	Анотація	URL-адреса архіву номерів у PDFформаті
Маркетинг і цифрові технології	Національний університет «Одеська політехніка»	Журнал є інтелектуальною платформою для розповсюдження знань про новітні наукові розробки щодо перспективних напрямів модернізації маркетингу, які поєднують маркетинг і цифрові технології. Цифровий маркетинг – це модель маркетингу 21-го сторіччя, маркетинг масової індивідуалізації, маркетинг із використанням цифрових каналів. Він є еволюцією Інтернет-маркетингу та дозволяє взаємодіяти з цільовими сегментами ринку не тільки в онлайн, а й в оффлайн-середовищі.	https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/issue/archive
Маркетинг в Україні	ГО «Українська Асоціація Маркетингу»	Журнал призначений для публікації практичних та наукових праць представників бізнесу та науковців, які працюють у сфері маркетингу та менеджменту. Журнал публікує статті із практичної та наукової проблематики: маркетинг, менеджмент, реклама, PR, маркетингові дослідження, міжнародна економіка, галузева економіка, економіка знань, економіко-математичне моделювання бізнес-процесів.	https://uam.in.ua/common/zhurnal-marketyng-v-ukrayini/

2.7. Універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень*

№ з/п	Назва програмного забезпечення	Покликання	Опис
1	IBM SPSS Statistics Grad Pack 30.0 PREMIUM – Windows or Mac (EDU) 12 місяців (FS0098767940), програмне забезпечення ліцензоване	https://www.fortsoft.com.ua/ua/catalog/programmy-dlya-predpriyatiy-biznesa/ibm-spss-statistics-gradpack.html	Аналітика ринку, конкурентів, споживачів.
2	Marketing Creatio	https://evolpe.com.ua/%d1%81%d0%b8%d1%81%d1%82%d0%b5%d0%bc%d0%b8/creatio/%d0%bc%d0%b0%d1%80%d0%ba%d0%b5%d1%82%d0%b8%d0%bd%d0%b3-creatio/	Автоматизація маркетингу, частина комплексної платформи, яка також включає рішення для агентів із продажу та обслуговування клієнтів. Creatio дозволяє отримувати 360° огляд відносин клієнт-компанія, а сама автоматизація маркетингу залежить від таких факторів: індивідуальні переваги одержувача; етап подорожі клієнта; інтереси компанії.
3	NotebookLM	https://itc.ua/ua/novini/notebooklm-google-zapustyla-shi-bloknot-dlya-analizu-notatok-ta-dokumentiv-dlya-podalshogo-uzagalnennya-poky-shho-tilky-v-ssha/	Інструмент заснований на Google Docs, але незабаром компанія планує додати інші формати. За допомогою NotebookLM можна вибрати кілька документів, а потім ставити запитання про них або створювати нові матеріали на їх основі. Використання NotebookLM дозволяє автоматично узагальнювати довгий документ або перетворювати план відео на сценарій. Студенти можуть створювати стислий виклад конспектів за тиждень або узагальнювати конкретну тему за весь семестр.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньої програми «Маркетинг» проводиться в формі публічного захисту магістерської кваліфікаційної роботи.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Ухвалення екзаменаційною комісією рішення про присудження кваліфікації «магістр з маркетингу» та видачу диплома магістра за результатами підсумкової атестації здобувачів освіти оголошується після оформлення в установленому порядку протоколів засідань екзаменаційної комісії.

3.1. Вимоги до кваліфікаційної роботи

Кваліфікаційна магістерська робота здобувача ступеня вищої освіти магістра зі спеціальності **D5 Маркетинг** передбачає самостійне розв'язання задачі дослідницького та/або інноваційного характеру предметної області спеціальності. Випускник повинен засвідчити, що оволодів необхідними знаннями та навичками їх практичного застосування в конкретних умовах.

Стан готовності кваліфікаційної роботи здобувача ступеня вищої освіти магістра до захисту визначається науковим керівником. Обов'язковою умовою допуску до захисту є успішне виконання магістром його індивідуального навчального плану.

До захисту допускається кваліфікаційна робота, виконана здобувачем ступеня вищої освіти магістра самостійно з дотриманням принципів академічної доброчесності. Кваліфікаційна робота перевіряється на плагіат.

У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування.

Кваліфікаційна робота оприлюднюється до захисту на платформі Інтернет-підтримки освітнього процесу Moodle за посиланням https://vo.uu.edu.ua/course/view.php?id=15379.

Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.

Захист кваліфікаційної роботи здійснюється відкрито і публічно на засіданні екзаменаційної комісії.

3.2. Вимоги до публічного захисту (демонстрації)

У процесі публічного захисту кандидат на присвоєння магістерського ступеня повинен показати вміння чітко й упевнено викладати зміст проведених досліджень, аргументовано відповідати на запитання та вести дискусію. Доповідь студента повинна супроводжуватися презентаційними матеріалами, розробленими в програмі Microsoft Office Power Point, та пояснювальною запискою, призначеними для загального перегляду.

4. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

Система забезпечення закладами вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) передбачає здійснення таких процедур і заходів:

1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;

2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;

3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному вебсайті закладу вищої освіти, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;

4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;

5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;

6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;

7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;

8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;

9) інших процедур і заходів, що описані в Положенні про систему внутрішнього забезпечення якості освіти та освітньої діяльності у Відкритому міжнародному університеті розвитку людини «Україна» (https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Upravlinnya_yakistyu/Pol_syst_yakosti_osviti_UU.pdf).

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за його поданням оцінюється Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються Національним агентством із забезпечення якості вищої освіти.

5. Вимоги професійних стандартів

Загальноприйняті професійні стандарти відсутні.

6. Перелік нормативних документів, на яких базується освітньо-професійна програма

А. Офіційні документи:

1. Закон України «Про освіту». URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19.
2. Закон України «Про вищу освіту». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text.
3. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти (Наказ Міністерства освіти і науки України від 27 березня 2025 р. № 600). URL: https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/vishcha- osvita/2025/03/27/nakaz-mon-512-vid-27-03-2025.pdf.
4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 30 серпня 2024 р. № 1021. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1021-2024-%D0%BF#Text.
5. Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти (Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2015 р. № 266). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266-2015-%D0%BF#Text.
6. International Standard Classification of Education. Fields of education and training 2013 (ISCED-F 2013) – Detailed field descriptions. URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235049.
7. ISCED fields of education and training 2013 (ISCED-F 2013): manual to accompany the International Standard Classification of Education 2011 URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228085.
8. Національний класифікатор України: «Класифікатор професій» ДК 003:2010. URL: http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10.
9. Постанова Кабінету Міністрів України від 23.11.2011 № 1341 «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій». URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1341-2011-п.
10. Постанова Кабінету Міністрів України від 21.06.2024 №734 «Про затвердження Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/734-2024-%D0%BF#Text.
11. Роз'яснення щодо застосування Критеріїв оцінювання якості освітньої програми : методичний посібник [Електронне видання] / А. Бутенко, Г. Денискіна, О. Єременко, О. Книш, І. Сімшаг, О. Требенко. Київ : Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, 2024. 127 с. URL: https://surl.li/xonvle.
12. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти, затверджене наказом Міністерства освіти і науки України від 15.05.2024 № 686. URL: https://surl.gd/uypnof.
13. Положення про освітні програми у Відкритому міжнародному університеті розвитку людини «Україна», затверджене наказом президента Університету «Україна» від 08.12.2025 № 206. URL: https://uu.edu.ua/upload/universitet/normativni_documenti/Osnovni_oficiyni_doc_UU/Navch_metod_d-t/Polozh_pro_osvitni_programi.pdf.
14. Стандарт вищої освіти. Другий (магістерський) рівень вищої освіти. Ступінь «магістр». Галузь знань: 07 Управління та адміністрування, спеціальність 075 Маркетинг (наказ Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 № 960). URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni %20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf.

Б. Корисні посилання:

15. Стандарти і рекомендації щодо забезпечення якості в Європейському просторі вищої освіти (ESG). URL: https://ihed.org.ua/wp-content/uploads/2018/10/04_2016_ESG_2015.pdf.

16. International Standard Classification of Education ISCED, 2011. URL: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-isced-2011-en.pdf.

17. International Standard Classification of Education: Fields of education and training, 2013 (ISCED-F 2013). Detailed field descriptions. URL: http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/international-standard-classification-of-education-fields-of-education-and-training-2013-detailed-field-descriptions-2015-en.pdf.

18. Manual to Accompany the International Standard Classification of Education, 2011. URL: http://uis.unesco.org/en/topic/international-standard-classification-education-isced.

19. EQF, 2017 (Європейська рамка кваліфікацій). URL: https://ec.europa.eu/ploteus/content/descriptors-page.

20. QF EHEA, 2018 (Рамка кваліфікацій ЄПВО). URL: http://www.ehea.info/Upload/document/ministerial_declarations/EHEAParis2018_Communique_AppendixIII_952778.pdf.

21. TUNING (для ознайомлення зі спеціальними (фаховими) та загальними компетентностями та прикладами стандартів. URL: http://www.unideusto.org/tuningeu/.

22. Національний освітній глосарій: вища освіта / 2-е вид., перероб. і доп. / авт.-уклад. : В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий, А. В. Ставицький, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. К. : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. 100 с. URL: http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protsesu.html?download=83:hlosarii-terminiv-vyshchoi-osvity-2014-r-onovlene-vydannia-z-urakhuvanniam-polozhen-novoho-zakonu-ukrainy-pro-vyshchu-osvitu&start=80.

23. Рашкевич Ю.М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти. URL: http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protsesu.html?download=82:bolonskyi-protses-nova-paradyhma-vyshchoi-osvity-yu-rashkevych&start=80.

24. Розвиток системи забезпечення якості вищої освіти в Україні: інформаційно-аналітичний огляд. URL: http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protsesu.html?download=88:rozvytok-systemy-zabezpechennia-iakosti-vyshchoi-osvity-ukrainy&start=80.

25. Розроблення освітніх програм: методичні рекомендації / Авт. : В. М. Захарченко, В. І. Луговий, Ю. М. Рашкевич, Ж. В. Таланова / За ред. В. Г. Кременя. К. : ДП «НВЦ «Пріоритети», 2014. 120 с. URL: http://erasmusplus.org.ua/korysna-informatsiia/korysni-materialy/category/3-materialy-natsionalnoi-komandy-ekspertiv-shchodo-zaprovadzhennia-instrumentiv-bolonskoho-protsesu.html?download=84:rozroblennia-osvitnikh-prohram-metodychni-rekomendatsii&start=80.

7. Пояснювальна записка до освітньо-професійної програми

Освітня програма «Маркетинг» за спеціальністю D5 Маркетинг галузі знань D Бізнес, адміністрування та право визначає вимоги до другого (магістерського) рівня вищої освіти осіб та базується на компетентнісному підході і поділяє філософію визначення вимог до фахівця, закладену в основу Болонського процесу та в міжнародному проєкті Європейської комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING).

Матриці не відображають вибіркових компонент освітньої програми – майнорів, оскільки здобувач вищої освіти вибирає їх із загальноуніверситетського каталогу дисциплін, розташованого за посиланням https://uu.edu.ua/upload/Osvita/Organizaciya_navch_proc/Vibir_disciplin/Katalog_vibirkovih_disciplin.xlsx.

Порядок нумерації в переліку загальних та фахових компетентностей не пов’язаний зі значимістю тієї чи іншої компетентності.

8. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	КР 1	ПР 1	ПР 2	МКР
ЗК 1	+							+			+	+			
ЗК 2	+		+						+					+	+
ЗК 3			+												+
ЗК 4		+				+			+					+	+
ЗК 5		+		+							+				
ЗК 6	+				+		+			+			+	+	+
ЗК 7											+				
ЗК 8			+								+		+	+	
СК 1						+					+		+	+	+
СК 2					+	+				+			+	+	+
СК 3	+			+			+						+	+	+
СК 4	+		+	+					+		+		+		
СК 5								+			+	+		+	+
СК 6							+		+	+	+				+
СК 7							+							+	+
СК 8										+	+			+	+
СК 9	+							+				+	+	+	+

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

	ОК 1.1	ОК 1.2	ОК 1.3	ОК 1.4	ОК 2.1	ОК 2.2	ОК 2.3	ОК 2.4	ОК 2.5	ОК 2.6	ОК 2.7	КР 1	ПР 1	ПР 2	МКР
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	+									+			+	+	+