

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОЄКТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

МАРКЕТИНГ

*Другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право*

Полтава 2025 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою з розроблення освітньої програми у складі:

Прізвище, ім'я, по батькові члена робочої групи з розроблення освітньої програми	Науковий ступінь, вчене звання (для НПП / НП), назва освітньої програми, рівень вищої освіти (для здобувачів вищої освіти)	Посада, назва закладу вищої освіти / установи / організації, місце її розташування
Писаренко Володимир Вікторович, <i>гарант</i>	доктор економічних наук, професор	завідувач кафедри маркетингу, професор Полтавський державний аграрний університет
Шульга Людмила Володимирівна	кандидат економічних наук, професор	професор кафедри маркетингу, Полтавський державний аграрний університет
Дядик Тетяна Василівна	кандидат економічних наук, доцент	доцент кафедри маркетингу, Полтавський державний аграрний університет
Крамаренко Сергій Олександрович	освітня програма «Маркетинг», другий (магістерський) рівень вищої освіти	здобувач вищої освіти, Полтавський державний аграрний університет, м.Полтава
Мірошніченко Олександр Миколайович	освітня програма «Маркетинг», другий (магістерський) рівень вищої освіти	здобувач вищої освіти, Полтавський державний аграрний університет, м.Полтава
Свіжевський Микита Романович	освітня програма «Маркетинг», другий (магістерський) рівень вищої освіти	здобувач вищої освіти, Полтавський державний аграрний університет, м.Полтава
Сенько Інна Михайлівна		начальник відділу маркетингу ПДАУ
Терещенко Віолета Олександрівна		випускниця ОПП Маркетинг спеціальності 075 Маркетинг, СВО Магістр, PR- менеджерка 1+1 media.

1. Профіль освітньо-професійної програми «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу вищої освіти, навчально-наукового інституту, кафедри, відповідальної за реалізацію за освітньої програми	Полтавський державний аграрний університет, навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти	Магістр
Галузь знань	D Бізнес, адміністрування та право
Спеціальність	D5 Маркетинг
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг
Освітня кваліфікація	Магістр маркетингу
Професійна кваліфікація	Не присвоюється
Кваліфікація у дипломі	Ступінь вищої освіти – Магістр Спеціальність – D5 Маркетинг Освітня програма – Маркетинг
Форма здобуття освіти та розрахункові строки виконання освітньої програми за кожною з них	Інституційна (очна (денна), заочна) Розрахунковий строк виконання освітньої програми заочною (денною) формою здобуття освіти – 1 рік 4 місяці Розрахунковий строк виконання освітньої програми заочною (заочною) формою здобуття освіти – 1 рік 4 місяці
Мова викладання	Державна, іноземна
Цикл / рівень	НРК України – 7 рівень, EQF-LLL – 7 рівень, QF-EHEA – другий цикл.
Тип диплома та обсяг освітньо-професійної програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 4 місяці
Вимоги до освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою	Наявність ступеня вищої освіти бакалавра, магістра, освітньо-кваліфікаційного рівня спеціаліста
Наявність акредитації	Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти. Сертифікат № 1134 про акредитацію освітньої програми «Маркетинг». 075 Маркетинг. Другий (магістерський) рівень. Дата видачі сертифіката про акредитацію ОП 29.01.2021 р. Строк дії сертифіката про акредитацію ОП 01.07.2026 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньо-професійної програми	https://www.pdau.edu.ua/content/zmist-pidgotovky-zvo-za-osvitnim-stupenem-magistr-zi-specialnosti-marketyng-opp-marketyng
2 – Мета освітньо-професійної програми	
Підготовка висококваліфікованих професіоналів маркетингу, здатних інтегрувати знання у сфері професійної маркетингової діяльності та розв'язувати складні задачі та проблеми, що характеризуються невизначеністю умов та вимог у сфері ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємств; вирішувати складні нестандартні завдання і проблеми інноваційного та дослідницького характеру, застосовувати методи маркетингового аналізу та стратегічного планування в сфері маркетингової діяльності	

аграрних підприємств та організацій.		
3 – Характеристика освітньо-професійної програми		
Предметна область (галузь спеціальність)	область знань,	Галузь знань – D Бізнес, адміністрування та право спеціальність – D5 Маркетинг. <i>Об'єкт вивчення:</i> маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. <i>Цілі навчання:</i> підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. <i>Теоретичний зміст предметної області:</i> суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. <i>Методи, методики та технології:</i> загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. <i>Інструменти та обладнання:</i> сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
Орієнтація освітньо-професійної програми		Освітньо-професійна академічна з елементами наукового пошуку. Програма орієнтована на основні напрями професійної діяльності маркетингологів, у рамках якої можлива подальша наукова та професійна кар'єра в області стратегічного маркетингу, digital-маркетингу, HR-маркетингу, брендингу, в тому числі в аграрних підприємствах.
Основний фокус освітньо-професійної програми		Спеціальна освіта та професійна підготовка в області маркетингової діяльності. Акцент на здобутті поглиблених теоретичних та практичних знань, умінь, навичок за обраною спеціальністю, загальних засад методології наукової та професійної діяльності, інших компетентностей, достатніх для ефективного виконання завдань інноваційного характеру відповідного рівня професійної діяльності. Ключові слова: маркетинговий аналіз, стратегічний маркетинг, інтернет-маркетинг, логістичний менеджмент, брендинг, HR-маркетинг, управління маркетингом в аграрних підприємствах.
Особливості освітньо-професійної програми		Особливість програми у поглибленому вивченні методів формування маркетингових стратегій аграрних підприємств; HR-маркетингу, брендингу з урахуванням

	вітчизняних та закордонних практик маркетингового управління аграрним бізнесом та з можливістю подальшого набуття необхідних дослідницьких навиків для наукової роботи.
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Відповідно до національного класифікатору України: Класифікатор професій ДК 003:2010 випускники зі спеціальності 075 Маркетинг другого (магістерського) рівня можуть працювати: 1210 Керівники підприємств, установ та організацій 1224 Керівники виробничих підрозділів в оптовій та роздрібній торгівлі 1227 Керівники виробничих підрозділів у комерційному обслуговуванні 1233 Керівники підрозділів маркетингу 1234 Керівники підрозділів з реклами та зв'язків з громадськістю 1314 Керівники малих підприємств без апарату управління в оптовій та роздрібній торгівлі 1317 Керівники малих підприємств без апарату управління в комерційному обслуговуванні 1452 Менеджери (управителі) в оптовій торгівлі та посередництві у торгівлі 1453.1 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі побутовими товарами 1453.2 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі непродовольчими товарами 1454 Менеджери (управителі) в роздрібній торгівлі продовольчими товарами 1475 Менеджери (управителі) з права, бухгалтерського обліку, досліджень ринку, вивчення суспільної думки, консультацій з питань комерційної діяльності та управління 1475.3 Менеджери (управителі) з дослідження ринку та вивчення суспільної думки 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 Академічні права випускників	Можливість навчання за програмами: 8 рівня НРК України, третього циклу QF-EHEA, 8 рівня EQF-LLL. Можливість набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, ініціативна самоосвіта, електронне навчання в системі Moodle (CASE-study, дистанційні технології навчання, технології візуалізації даних). Інтерактивні технології навчання (проблемні, проєктні, інформаційно-комп'ютерні, саморозвиваючі, колективні та інтегративні, інноваційні, контекстні навчання з допомогою електронного ресурсу, навчання на основі досліджень тощо). Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань і використанням кейс-методів, ділових ігор, тренінгів тощо.
Оцінювання	Оцінювання якості засвоєння освітньо-професійної програми включає поточний і підсумковий контроль знань. Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, лабораторних, практичних, семінарських занять з метою перевірки рівня засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу, підготовленості здобувача до виконання конкретних завдань. Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувачів вищої освіти. Семестровий контроль проводиться у формах екзамену або заліку (диференційованого заліку) з урахуванням накопичених балів поточного контролю. Атестація здобувачів вищої освіти здійснюється у формі захисту кваліфікаційної роботи.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в 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)	Компетентності, визначені стандартом вищої освіти спеціальності: 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. Компетентності, визначені ПДАУ: ЗК 9. Здатність застосовувати сукупність різновидів аналізу за конкретними його напрямками.

	ЗК 10. Здатність до самоосвіти, постійного вдосконалення професійного рівня та особистісних якостей, впливу на відносини у трудовому колективі. ЗК 11. Здатність формувати та проявляти лідерські навички, вести ділові переговори, вміння продуктивно використовувати свій час, стресостійкість.
Фахові компетентності (ФК)	Компетентності, визначені стандартом вищої освіти спеціальності: ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. ФК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. ФК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. ФК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу. Компетентності, визначені ПДАУ: ФК 10. Здатність налагодження ефективної взаємодії в колективах аграрних підприємств; виконання функцій HR-маркетолога, впровадження сучасних маркетингових персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу. ФК 11. Здатність застосовувати професійні ідеї та концепції для розв'язання конкретних маркетингових задач в аграрних підприємствах, формування брендингу аграрних підприємств.
7 – Програмні результати навчання	
Результати навчання (ПРН)	Програмні результати навчання, визначені стандартом вищої освіти спеціальності: ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. ПРН 2. Вміти адаптовувати 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 і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. ПРН 4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. ПРН 7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. ПРН 8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. ПРН 9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів 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 і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення. Програмні результати навчання, визначені ПДАУ: ПРН 16. Вміти виявляти маркетингові резерви на основі маркетингового аналізу, розробляти заходи з удосконалення маркетингової діяльності у розрізі елементів комплексу маркетингу в аграрних підприємствах. ПРН 17. Вміти застосовувати та підвищувати ефективність HR-маркетингу, впроваджувати соціально-відповідальний маркетинг у стратегічні плани підприємств агробізнесу. ПРН 18. Вміти визначати вартість бренду, ефективність його використання, впроваджувати інновації брендингу в аграрних підприємствах. ПРН 19. Вміти організовувати службу маркетингу в аграрних підприємствах як підрозділу, що забезпечує
--	--

	координацію та оптимізацію діяльності всіх структур.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Розробники програми: 1 доктор економічних наук, професор, 2 кандидати економічних наук, доценти. Усі розробники є штатними співробітниками Полтавського державного аграрного університету. Гарант освітньо-професійної програми: доктор економічних наук, професор. До реалізації програми залучаються науково-педагогічні працівники з науковими ступенями та/або вченими званнями, які відповідають освітній, професійній кваліфікації та досягненням у професійній діяльності згідно Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності. З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники здійснюють підвищення кваліфікації, зокрема стажування, в т. ч. за кордоном. Також підвищення фахового рівня науково-педагогічних працівників відбувається шляхом неформальної, інформальної освіти за рахунок участі у професійних тренінгах, семінарах, вебінарах, майстер-класах тощо.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та є достатнім для забезпечення якості освітнього процесу, зокрема: навчальні приміщення; комп'ютерні класи (лабораторії); спортивний зал, спортивні майданчики; бібліотека, читальний зал; точки бездротового доступу до мережі Інтернет; мультимедійне обладнання; приміщення для науково-педагогічних працівників; гуртожитки; пункти харчування; тощо.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Інформаційне та навчально-методичне забезпечення відповідає ліцензійним вимогам, має актуальний змістовий контент, базується на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях та включає: - бібліотеку, читальний зал з достатнім фондом навчальної, наукової літератури та фахових періодичних видань; - електронну бібліотеку ПДАУ: http://lib.pdaa.edu.ua/; - офіційний сайт ПДАУ: https://www.pdaa.edu.ua/; - віртуальне навчальне середовище; - необмежений доступ до мережі Інтернет, точки бездротового доступу до мережі; - корпоративну пошту; - навчальні та робочі плани; - графіки навчального процесу; - комплекси навчально-методичного забезпечення навчальних дисциплін; - наскрізну програму практики; - електронний ресурс, який містить навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану; - методичні вказівки щодо виконання курсових робіт, кваліфікаційної роботи; - програму атестації; - репозитарій ПДАУ та ін.

9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Полтавським державним аграрним університетом та закладами вищої освіти України.
Міжнародна кредитна мобільність	Забезпечується відповідно до підписаних міжнародних угод та меморандумів.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних здобувачів вищої освіти здійснюється на підставі Закону України «Про вищу освіту».

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

2.1. Перелік компонентів освітньо-професійної програми

Код ОК	Компоненти освітньо-професійної програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОПП			
ОК 1	Ділова іноземна мова	3	залік
ОК 2	Методологія та організація наукових досліджень	3	залік
ОК 3	HR-маркетинг	4,5	екзамен
ОК 4	Брендинг	4,5	екзамен
ОК 5	Інтернет-маркетинг	4	залік
ОК 6	Курсова робота «Стратегічний маркетинг»	3	залік
ОК 7	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК 8	Маркетинговий аналіз	4	екзамен
ОК 9	Психологія маркетингу та реклами	4,5	екзамен
ОК 10	Стратегічний маркетинг	3	екзамен
ОК 11	Управління маркетингом в аграрних підприємствах	4,5	екзамен
ОК 12	Стажування з фаху	6	залік
ОК 13	Переддипломна практика	6	залік
ОК 14	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	12	диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонентів		66	
Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми*			
Загальний обсяг вибірових компонентів		24	
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ		90	

*Згідно із Законом України «Про вищу освіту» здобувачі вищої освіти мають право на «вибір навчальних дисциплін у межах, передбачених відповідною освітньою програмою та робочим навчальним планом, в обсязі, що становить не менш як 25 відсотків загальної кількості кредитів ЄКТС, передбачених для цього рівня вищої освіти. При цьому здобувачі магістерського рівня вищої освіти мають право вибирати навчальні дисципліни, що пропонуються для інших рівнів вищої освіти, за погодженням із директором навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій.

3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	Кваліфікаційна робота має передбачати розв’язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог. Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації. Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена в репозитарії ПДАУ. Оприлюднення кваліфікаційних робіт, що містять інформацію з обмеженим доступом, здійснюється у відповідності до вимог чинного законодавства.
Документи, які отримує випускник на основі успішного проходження атестації	Відповідно до Положення про порядок замовлення, видачі та обліку документів про вищу освіту та додатку до диплома європейського зразка (DIPLOMA SUPPLEMENT) у Полтавському державному аграрному університеті видається документ встановленого зразка про присудження ступеня вищої освіти магістр із присвоєнням кваліфікації магістр маркетингу

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньо-професійної програми

Код ОК ЗК, ФК	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
ЗК 1		•				•	•			•	•	•	•	•
ЗК 2				•	•	•				•		•	•	•
ЗК 3												•	•	•
ЗК 4												•	•	•
ЗК 5	•		•						•			•	•	•
ЗК 6	•	•			•							•	•	•
ЗК 7				•								•	•	•
ЗК 8				•			•					•	•	•
ЗК 9								•				•	•	•
ЗК 10			•									•	•	•
ЗК 11			•	•					•		•	•	•	•
ФК 1		•			•	•		•		•		•	•	•
ФК 2	•	•										•	•	•
ФК 3	•	•							•			•	•	•
ФК 4			•	•	•				•			•	•	•
ФК 5					•		•	•			•	•	•	•
ФК 6			•	•		•	•			•	•	•	•	•
ФК 7						•	•			•		•	•	•
ФК 8			•			•	•	•		•	•	•	•	•
ФК 9				•	•			•	•			•	•	•
ФК 10	•		•						•		•		•	•
ФК 11				•	•				•				•	•

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН)
відповідними компонентам освітньо-професійної програми**

Код ОК ПРН	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
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			•								•		•	•

