

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара**

ЗАТВЕРДЖЕНО:

Ректор Дніпровського національного
університету ім. Олеся Гончара

Поляков М.В.

« 21 » грудня 2017 р.



ОСВІТНЬО – ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»

Другого рівня вищої освіти

за спеціальністю 075 Маркетинг

галузі знань 07 Управління та адміністрування

Кваліфікація: –магістр маркетингу

Розглянуто та схвалено:

Вченою радою Дніпровського
національного університету ім. Олеся Гончара
від 21.12.2017 р., протокол № 6

Освітня програма вводиться в дію з 01.09.2018 р.

**Дніпро
2018**

ПЕРЕДМОВА

1. Внесено: кафедрою економічної теорії та маркетингу, факультету економіки

2. Затверджено та надано чинності рішенням Вченої ради Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара:

- від «21» грудня 2017 р., пр. №6 (перша редакція)

- від «21» лютого 2019 р., пр. № 9 (зміни до ОПП для набору 2019/2020 року набору)

від «30» травня 2019 р., пр. № 11 (зміни до ОПП для набору 2019/2020 року набору)

3. Розробники:

Дучинська Ніна Іванівна, доктор економічних наук, професор (за кафедрою економічної теорії), завідувач кафедри економічної теорії та маркетингу;

Касян Сергій Якович, кандидат економічних наук, доцент (за кафедрою маркетингу), доцент кафедри економічної теорії та маркетингу;

Сокол Поліна Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та маркетингу.

Профіль освітньої програми зі спеціальності 075 Маркетинг

1 – Загальна інформація	
Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу	Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, факультет економіки, кафедра економічної теорії та маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Магістр, Магістр маркетингу, ОП «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, термін навчання 1 рік 5 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат з акредитації спеціальності НД №0495161 від 19.10.2017 р. Термін дії – до 01.07.2020 року.
Цикл/рівень	НРК України – 8 рівень FQ – ENEA – другий цикл, EQF – LLL – 7 рівень
Передумови	Наявність ступеня бакалавра або ОКР спеціаліста
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	На період дії сертифікату з акредитації спеціальності (відповідно наказу МОН України від 30.10.2017 р. №1432) або до проходження первинної акредитації освітньої програми
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://www.dnu.dp.ua
2 – Мета освітньої програми	
Підготовка конкурентоспроможних на ринку праці фахівців з маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням, креативними навиками, відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової інноваційної діяльності на підприємствах усіх форм власності та видів економічної діяльності у динамічному маркетинговому середовищі.	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь спеціальність, спеціалізація (за наявності))	<p>07 Управління та адміністрування 075 Маркетинг</p> <ul style="list-style-type: none"> • Об'єкт вивчення: управління системою маркетингу ринкового суб'єкта в комерційній та некомерційній сферах діяльності. • Цілі навчання: підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання. • Теоретичний зміст предметної області: поняття, концепції, принципи та методи управління системою маркетингу ринкового суб'єкта, а також методологія їх наукових досліджень. • Методи, методики та технології: система загальнонаукових і спеціальних методів, професійних методик та технологій, необхідних для забезпечення ефективного управління системою маркетингу і виконання науково-дослідних завдань. • Інструменти та обладнання: включають сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти і моделі, необхідні для прийняття маркетингових рішень та ефективного управління маркетинговою діяльністю (комп'ютерну техніку, пакети прикладних програм, інформаційно-комунікаційні технології та ін.).
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна, для магістра має академічну, прикладну орієнтацію
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Спеціальна освіта в предметній області маркетингу Ключові слова: інтерактивний маркетинг, стандартизація і сертифікація продукції та послуг, рекламний менеджмент, стратегічний маркетинг, логістичний менеджмент, маркетинговий менеджмент, комерційна діяльність посередницьких структур, управління маркетинговими

	проектами, товарна інноваційна політика, маркетинг бізнес-взаємодії, маркетингова політика розподілу, регіональний маркетинг
Особливості програми	Вимагає спеціального креативного підходу та ринкового комунікаційного мислення до опанування маркетингових дисциплін
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Випускники кваліфікації магістр маркетингу можуть працювати на первинних посадах в галузях економіки за професіями, визначеними у Національному класифікаторі України: Класифікатор професій ДК (003:2010): - 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності
Подальше навчання	Можливе продовження навчання на за третім (освітньо-науковим) рівнем вищої освіти, набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентсько-центроване навчання, самонавчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання через виробничу (науково-дослідну) практику.
Оцінювання	Письмові екзамени, заліки, диференційовані заліки, захист звітів з практики, есе, презентації, захист кваліфікаційної роботи, опитування, контрольне тестування.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі управління системою маркетингу або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність до адаптації та дій в нових ситуаціях, генерування нових ідей (креативність) та знань. ЗК3. Здатність управляти, виявляти ініціативу та підприємливість, забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Знання та розуміння предметної області маркетингової діяльності. ЗК5. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, вести переговори. ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел у предметному полі маркетингу.
Фахові компетентності спеціальності (ФК)	ФК1. Бути обізнаним із найновішими теоріями, інтерпретаціями, методами і практичними прийомами маркетингу. ФК2. Здатність критично інтерпретувати результати останніх теоретичних та практичних досліджень у сфері маркетингу. ФК3. Здатність проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у предметній області маркетингу. ФК4. Здатність демонструвати творчий підхід до роботи за фахом. ФК5. Здатність до діагностування різних аспектів маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування. ФК6. Здатність до визначення комплексу ефективних засобів управління маркетинговою діяльністю. ФК7. Здатність розробляти маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. ФК8. Здатність до управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. ФК9. Здатність управляти проектами та реалізовувати їх результати в сфері маркетингової діяльності.

	<p>ФК10. Здатність застосовувати концептуальні знання у сфері маркетингу, здобуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності в галузі товарної політики.</p> <p>ФК11. Здатність щодо організації, планування та аналізу комерційної діяльності підприємств.</p>
7 – Програмні результати навчання	
	<p>РН1. Демонструвати належний рівень знань із найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>РН2. Розуміти зміст наукової і фахової літератури, нові досягнення в маркетинговій теорії та практиці, здійснювати внесок у їх розвиток.</p> <p>РН3. Володіти навичками, достатніми для проведення власних досліджень та прийняття рішень у сфері маркетингу.</p> <p>РН4. Демонструвати вміння розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності, в т.ч. у міжнародному середовищі.</p> <p>РН5. Здійснювати презентації, оприлюднювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів.</p> <p>РН6. Демонструвати знання наукових засад і розуміння практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності.</p> <p>РН7. Обґрунтовувати зміни і вдосконалення в системі маркетингу, реалізація яких необхідна для отримання позитивних результатів роботи ринкового суб'єкта.</p> <p>РН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації при вирішенні колективних задач, веденні переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>РН9. Виявляти розуміння сутності та особливостей застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>РН10. Розв'язувати складні маркетингові проблеми і вирішувати задачі в умовах невизначеності із застосуванням сучасних управлінських підходів, методів, прийомів.</p> <p>РН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>РН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проєктів і програм.</p> <p>РН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>РН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>РН15. Описувати закономірності, моделі та методи розв'язання задач, які виникають в маркетингових технологіях.</p> <p>РН16. Дотримуватися етичних норм, враховувати авторське право та норми академічної доброчесності при проведенні досліджень та розробок з маркетингового позиціонування товарів і послуг, їх презентації.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Кадрове забезпечення відповідає чинним Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти та базується на наступних принципах:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відповідності наукових спеціальностей науково-педагогічних працівників освітнім галузі знань та спеціальності; - обов'язковості та періодичності проходження стажування і підвищення кваліфікації викладачів; - моніторингу рівня наукової активності науково-педагогічних працівників; - впровадження результатів стажування та наукової діяльності у

	освітній процес
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріально-технічне забезпечення навчальних приміщень та соціальна інфраструктура університету в повному обсязі відповідає чинним Ліцензійним умовам. В освітньому процесі використовується для проведення лекцій мультимедійне обладнання, для практичних та лабораторних занять обладнання лабораторій і спеціалізованих кабінетів, а також комп'ютерних лабораторій
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Університет має власний веб-сайт за адресою http://dnu.dp.ua , де розміщено інформаційні та навчально-методичні матеріали. Інформаційне забезпечення ґрунтується на використанні ресурсів: загально університетських та кафедральних бібліотек, мережі Інтернет з вільним доступом, колекцій цифрового репозиторію. Навчально-методичне забезпечення засновано на розроблених для кожної дисципліни робочих навчальних програмах, а також програмах практичної підготовки за спеціальністю. В наявності завдання для самостійної роботи студентів, методичні рекомендації для виконання курсових та дипломних робіт, пакети завдань для проведення ректорських та комплексних контрольних робіт. Критерії оцінювання знань та вмінь студентів розроблено для поточного, семестрового та ректорського контролю з кожної дисципліни, а також для підсумкової атестації за спеціальністю.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами України
Міжнародна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між ДНУ та університетами з партнерських країн
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	До 2020 р. можливе за умови вивчення студентами української мови

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

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
I Цикл загальної підготовки				
Обов'язкові компоненти				
ОК 1.1	Цивільний захист	2	залік	1
ОК 1.2	Ділова іноземна мова	4	екзамен	2
ОК 1.3	Сучасні економічні теорії	4	екзамен	2
ОК 1.4	Інноваційний розвиток підприємства	4	диференційований залік	1
ОК 1.5	Методологія та організація наукових досліджень	3	диференційований залік	2
ОК 1.6	Економічний аналіз	4	диференційований залік	2
Вибіркові компоненти				
<i>Вибір з переліку дисциплін №1</i>				
БК 1	Стандартизація і сертифікація продукції та	4	екзамен	1

	послуг			
	Інноваційний маркетинг			
	Фізична культура		залік	
II Цикл професійної підготовки				
Обов'язкові компоненти				
ОК 2.1	Рекламний менеджмент	4	екзамен	1
ОК 2.2	Стратегічний маркетинг	3	екзамен	1
ОК 2.3	Курсова робота з дисципліни "Стратегічний маркетинг"	1	диференційований залік	1
ОК 2.4	Логістичний менеджмент	4	екзамен	1
ОК 2.5	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен	2
ОК 2.6	Виробнича практика: науково-дослідна	6	диференційований залік	3
ОК 2.7	Виконання дипломної роботи	21	захист дипломної роботи	3
ОК 2.8	Атестація	3	захист дипломної роботи	3
Вибіркові компоненти				
Вибір з переліку дисциплін №2				
ВК2	Комерційна діяльність посередницьких підприємств	4	диференційований залік	1
	Екологічний маркетинг			
Вибір з переліку дисциплін №3				
ВК3	Товарна інноваційна політика	4	диференційований залік	1
	Логістичні підприємства			
Вибір з переліку дисциплін №4				
ВК4	Маркетинг бізнес-взаємодії	6	диференційований залік	2
	Маркетингові інформаційні системи			
Вибір з переліку дисциплін №5				
ВК5	Маркетингова політика розподілу	5	диференційований залік	2
	Регіональний маркетинг			
Загальний обсяг обов'язкових компонент				67 (74%)
Загальний обсяг вибірових компонент (дисциплін вибору студента)				23 (26%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				90

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.4, ВК 1, ОК 2.1, ОК (2.2, 2.3), ОК 2.4, ВК2, ВК3	8	15
	2	ОК 1.2, ОК 1.3, ОК 1.5, ОК 1.6, ОК 2.5, ВК4, ВК5	7	
2	3	ОК 2.6, ОК 2.7, ОК 2.8	3	3

3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Форми атестації здобувачів вищої освіти	Атестація магістрів маркетингу здійснюється у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи.
Вимоги до кваліфікаційної роботи	<p>Атестація здійснюється атестаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань. Атестація здійснюється відкрито і гласно.</p> <p>Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми з маркетингу, що характеризуються комплексністю та мінливістю ринкових умов, із застосуванням теорій та методів маркетингу, конкуренції. Магістерська дипломна робота – це навчально-наукова робота студента, яка виконується на завершальному етапі здобуття кваліфікації магістра для встановлення відповідності отриманих здобувачами вищої освіти результатів навчання (компетентностей) вимогам стандартів вищої освіти. Вона є кваліфікаційним документом, на підставі якого ЕК визначає рівень теоретичної підготовки випускника, його готовність до самостійної роботи за фахом і приймає рішення щодо присвоєння відповідної кваліфікації та видачу диплома. Магістерська дипломна робота є інструментом закріплення та демонстрації сформованих упродовж навчання загальних та спеціальних компетентностей відповідно профілю обраної спеціальності.</p> <p>Кваліфікаційна робота має бути перевірена на плагіат.</p> <p>Кваліфікаційна робота або її реферат має бути оприлюднена згідно з вимогами університету в електронному інформаційному просторі.</p>

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми.

	ОК 1.1.	ОК 1.2.	ОК 1.3.	ОК 1.4.	ОК 1.5.	ОК 1.6.	ОК 2.1.	ОК 2.2.	ОК 2.3.	ОК 2.4.	ОК 2.5.	ОК 2.6.	ОК 2.7.	ОК 2.8.	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5
ЗК 1	•														•				
ЗК 2	•				•		•												
ЗК 3				•					•	•									
ЗК 4			•				•												
ЗК 5		•														•			
ЗК 6		•	•		•	•												•	
ФК 1												•	•						
ФК 2					•							•	•				•		
ФК 3								•							•				•
ФК 4																			
ФК 5						•		•	•									•	•
ФК 6											•						•	•	
ФК 7								•							•				
ФК 8							•			•						•			•
ФК 9														•					
ФК 10				•						•				•			•		
ФК 11											•	•	•			•			

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

	ОК 1.1.	ОК 1.2.	ОК 1.3.	ОК 1.4.	ОК 1.5.	ОК 1.6.	ОК 2.1.	ОК 2.2.	ОК 2.3	ОК 2.4.	ОК 2.5.	ОК 2.6.	ОК 2.7.	ОК 2.8.	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5
РН 1			•																
РН 2		•	•		•								•	•					
РН 3												•							•
РН 4	•											•	•	•	•				
РН 5		•					•										•	•	
РН 6				•	•										•				
РН 7										•		•							
РН 8		•					•												
РН 9				•						•	•		•	•	•		•	•	
РН 10			•		•			•	•							•			
РН 11						•		•	•				•	•					•
РН 12				•				•	•			•					•		
РН 13											•								
РН 14		•					•				•		•	•		•		•	
РН 15				•						•						•			•
РН 16					•								•	•					

Зміни до ОПП для набору 2019/2020 н.р., затверджені рішенням Вченої ради ДНУ від 21.02.2019 р., протокол №9, від 30.05.2019 р., протокол №12

2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю	Послідовність вивчення, семестр
1	2	3	4	5
I Цикл загальної підготовки				
<i>Обов'язкові компоненти</i>				
ОК 1.1	Цивільний захист	2	залік	1
ОК 1.2	Ділова іноземна мова	4	екзамен	2
ОК 1.3	Сучасні економічні теорії	4	екзамен	2
ОК 1.4	Інноваційний розвиток підприємства	4	диференційований залік	1
ОК 1.5	Методологія та організація наукових досліджень	3	диференційований залік	2
ОК 1.6	Інтерактивний маркетинг	4	диференційований залік	2
<i>Вибіркові компоненти</i>				
<i>Вибір з переліку дисциплін №1</i>				
ВК 1	Стандартизація і сертифікація продукції та послуг	4	екзамен	1
	Інноваційний маркетинг		екзамен	
	Фізична культура		залік	
II Цикл професійної підготовки				
<i>Обов'язкові компоненти</i>				
ОК 2.1	Рекламний менеджмент	4	екзамен	1
ОК 2.2	Стратегічний маркетинг	3	екзамен	1
ОК 2.3	Курсова робота з дисципліни "Стратегічний маркетинг"	1	диференційований залік	1
ОК 2.4	Логістичний менеджмент	4	екзамен	1
ОК 2.5	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен	2
ОК 2.6	Виробнича практика: науково-дослідна	6	диференційований залік	3
ОК 2.7	Підготовка та захист кваліфікаційної роботи	24	захист дипломної роботи	3
<i>Вибіркові компоненти</i>				
<i>Вибір з переліку дисциплін №2</i>				
ВК2	Комерційна діяльність посередницьких структур	4	диференційований залік	1
	Екологічний маркетинг			
<i>Вибір з переліку дисциплін №3</i>				
ВК3	Товарна інноваційна політика	4	диференційований залік	1
	Управління маркетинговими проектами			

<i>Вибір з переліку дисциплін №4</i>				
ВК4	Маркетинг бізнес-взаємодії	6	диференційований залік	2
	Маркетингові інформаційні системи			
<i>Вибір з переліку дисциплін №5</i>				
ВК5	Маркетингова політика розподілу	5	диференційований залік	2
	Регіональний маркетинг			
Загальний обсяг обов'язкових компонент				67 (74%)
Загальний обсяг вибіркових компонент (дисциплін вибору студента)				23 (26%)
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ				90

2.2. Структурно-логічна схема ОП

Курс	Семестр	Компоненти освітньої програми	Кількість компонентів за семестр	Кількість компонентів за навчальний рік
1	1	ОК 1.1, ОК 1.4, ВК 1, ОК 2.1, ОК (2.2, 2.3), ОК 2.4, ВК2, ВК3	8	15
	2	ОК 1.2, ОК 1.3, ОК 1.5, ОК 1.6, ОК 2.5, ВК4, ВК5	7	
2	3	ОК 2.6, ОК 2.7	2	2

4. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	ОК 1.1.	ОК 1.2.	ОК 1.3.	ОК 1.4.	ОК 1.5.	ОК 1.6.	ОК 2.1.	ОК 2.2.	ОК 2.3.	ОК 2.4.	ОК 2.5.	ОК 2.6.	ОК 2.7.	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5
ЗК 1	•													•				
ЗК 2	•				•		•											
ЗК 3				•					•	•								
ЗК 4			•				•											
ЗК 5		•													•			
ЗК 6		•	•		•	•											•	
ФК 1												•	•					
ФК 2					•							•	•			•		
ФК 3								•						•				•
ФК 4																		
ФК 5						•		•	•				•				•	•
ФК 6										•							•	
ФК 7								•						•				
ФК 8							•			•			•		•	•		•
ФК 9																•		
ФК 10				•						•								
ФК 11											•	•	•		•			

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (РН)
відповідними компонентами освітньої програми,**

	ОК 1.1.	ОК 1.2.	ОК 1.3.	ОК 1.4.	ОК 1.5.	ОК 1.6.	ОК 2.1.	ОК 2.2.	ОК 2.3.	ОК 2.4.	ОК 2.5.	ОК 2.6.	ОК 2.7.	ВК 1	ВК 2	ВК 3	ВК 4	ВК 5
РН 1			•															
РН 2		•	•		•								•					
РН 3												•						•
РН 4	•											•	•	•				
РН 5		•					•										•	
РН 6				•	•								•	•				
РН 7										•		•						
РН 8		•				•	•											
РН 9				•						•	•		•	•			•	
РН 10			•		•			•	•						•	•		
РН 11						•		•	•				•					•
РН 12				•				•	•			•						
РН 13											•		•			•		
РН 14		•				•	•				•		•		•		•	
РН 15				•						•					•	•		•
РН 16					•								•					