

СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ РАУФА АБЛЯЗОВА



І.Б. Чудаєва  
2021 р.

**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА**  
**ДІДЖИТАЛ МАРКЕТИНГ**

<b>РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	<u>Перший (бакалаврський) рівень</u>
<b>СТУПІНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ</b>	<u>Бакалавр</u>
<b>ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ</b>	<u>07 Управління та адміністрування</u>
<b>СПЕЦІАЛЬНІСТЬ</b>	<u>075 Маркетинг</u>
<b>КВАЛІФІКАЦІЯ</b>	<u>Бакалавр маркетингу</u>

Розглянуто та затверджено  
на засіданні Вченої ради університету  
від «21» травня 2021р.  
протокол № 1

Черкаси, 2021

## ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ

освітньо-професійної програми

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший (бакалаврський)

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

07 Управління та адміністрування

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

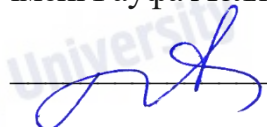
075 Маркетинг

ОСВІТНЯ КВАЛІФІКАЦІЯ

бакалавр маркетингу

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-організаційної  
роботи Східноєвропейського університету  
імені Рауфа Аблязова



Н. В. Сушко

ПОГОДЖЕНО

Навчально-методичною радою  
університету Східноєвропейського  
університету імені Рауфа Аблязова  
Протокол № 4-2020/20-21  
від 09 квітня 2021р.

## I. ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійну програму «Діджитал маркетинг» першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» розроблено відповідно до Закону України «Про вищу освіту» та внесені зміни відповідно до Стандарту вищої освіти України, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 05.12.2018 р. № 1343.

Розроблено робочою групою кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування у складі:

Савченко С.О. – д.е.н., професор, проректор з НДР та економічних питань, професор кафедри маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування

Лисенко О.М. – к.п.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Сиволап Ю.Ю. – викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування

# 1. Загальна інформація

## II. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

<b>Повна назва закладу вищої освіти та структурного підрозділу</b>	Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування
<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Ступінь вищої освіти</b>	Бакалавр
<b>Галузь знань</b>	07 Управління та адміністрування
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Обмеження щодо форм навчання</b>	Без обмежень
<b>Освітня кваліфікація</b>	бакалавр маркетингу
<b>Професійна кваліфікація</b>	Не надається
<b>Кваліфікація в дипломі</b>	Ступінь вищої освіти – Бакалавр Спеціальність – 075 Маркетинг Освітня програма «Діджитал маркетинг»
<b>Опис предметної області</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність в інтернет-середовищі, як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їхніх економічних та соціальних інтересів в умовах глобальної цифровізації процесів.</li><li>• Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу із поглибленим вивченням новітніх інформаційних технологій які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетенціями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності у галузі цифрової економіки.</li><li>• Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління традиційним та інтернет-бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їхні історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків у цифровому середовищі; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу; поєднання сучасних комп'ютерних технологій та маркетингового інструментарію.</li><li>• Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</li><li>• Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</li></ul>
<b>Академічні права випускників</b>	Мають право продовжити навчання на другому (магістерському) рівні вищої освіти. Набуття додаткових кваліфікацій у системі післядипломної освіти.

<b>III. Обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти</b>	
<b>Обсяг освітньої програми у ЄКТС</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС;</li> <li>• на базі ступеня «молодший бакалавр», освітньо-професійного рівня «фаховий молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») заклад вищої освіти має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): <ul style="list-style-type: none"> <li>- спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС;</li> <li>- інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС.</li> </ul> </li> </ul> <p>Мінімум 50% обсягу освітньої програми має бути спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетенцій.</p>
<b>IV Перелік компетентностей випускника</b>	
<b>Інтегральна компетентність</b>	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
<b>Загальні компетентності (ЗК)</b>	<p>ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді.</p> <p>ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)</b>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для</p>

<p>інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p><b>Додаткові відповідно до унікальності ОП:</b></p> <p>СК15. Здатність збору, обробки, аналізу та інтерпретації необхідних даних для ефективної маркетингової діяльності в Інтернеті.</p> <p>СК16. Здатність до провадження маркетингової діяльності в Інтернеті.</p> <p>СК17. Здатність розробляти плани маркетингових комунікацій та реалізовувати їх із застосуванням цифрових технологій.</p> <p>СК18. Здатність використовувати методи пошукової оптимізації сайтів.</p> <p>СК19. Здатність розробляти та застосовувати сучасні прийоми, методи та стратегії e-mail-маркетингу.</p> <p>СК20. Здатність організовувати та впроваджувати інтернет-продажі за використанням методів збутової діяльності.</p>
--

**V. Нормативний зміст підготовки здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання**

<p>P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>P4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>P5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.</p> <p>P6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх</p>
--

- взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.
- P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.
- P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.
- P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.
- P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.
- P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.
- P15. Діяти соціально відповідально та громадськосвідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.
- P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.
- P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.
- P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.
- Додаткові відповідно до унікальності ОП:**
- P19. Оволодіти навичками щодо застосування маркетингового планування.
- P20. Формування ефективні комунікації зі споживачами за допомогою email-маркетингу.
- P21. Застосування маркетингових показників для оцінки результатів маркетингової діяльності підприємств.
- P22. Автоматизувати процес взаємодії з клієнтами, ефективно організувати зворотний зв'язок, оперативно отримувати маркетингову інформацію із застосуванням сучасних інформаційних технологій.
- P23. Вибудовувати стратегію активної присутності компанії в сучасних соціальних мережах.
- P24. Застосовувати сучасні цифрові технології в процесі практичного впровадження маркетингових комунікаційних кампаній.

#### **VI. Форми атестації здобувачів першого (бакалаврського) ступеня вищої освіти**

<b>Форми атестації здобувачів вищої освіти</b>	Атестація здобувачів кваліфікації бакалавра з маркетингу здійснюється у формі публічного захисту (демонстрації) кваліфікаційної роботи
<b>Вимоги до кваліфікаційної роботи</b>	Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або практичної проблеми у сфері сучасного маркетингу, що характеризується комплексністю та невизначеністю умов, і потребує застосування його теоретичних положень і методів. У кваліфікаційній роботі не може бути академічного плагіату, фальсифікації та списування Кваліфікаційна робота може бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії.

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

## **VII. Вимоги до наявності системи внутрішнього забезпечення якості вищої освіти**

У закладах вищої освіти повинна функціонувати система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості), яка 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 веб-сайті вищого навчального закладу, 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.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.



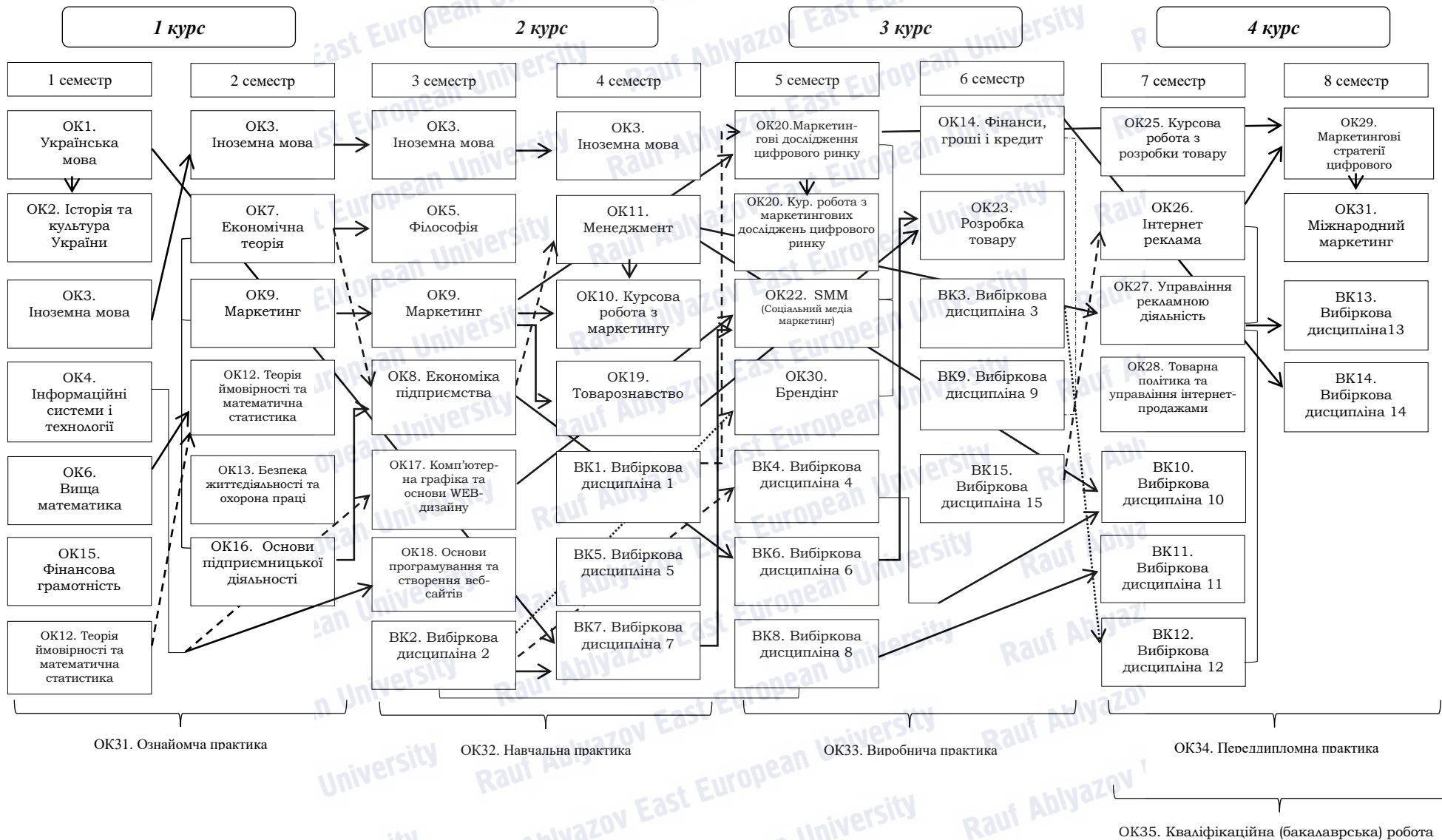
## 2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

### 2.1. Перелік компонент освітньо-професійної програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
<b>Обов'язкові компоненти освітньо-професійної програми</b>			
ОК 1.	Українська мова (за професійним спрямування)	4	екзамен
ОК 2.	Історія та культура України	4	екзамен
ОК 3.	Іноземна мова	10	диф. залік, екзамен
ОК 4.	Інформаційні системи і технології	4	екзамен
ОК 5.	Філософія	4	екзамен
ОК 6.	Вища математика	6	екзамен
ОК 7.	Економічна теорія (мікроекономіка, макроекономіка)	5	екзамен
ОК 8.	Економіка підприємства	5	екзамен
ОК 9.	Маркетинг	10	диф. залік, екзамен
ОК10.	Курсова робота з Маркетингу	3	диф. залік
ОК11.	Менеджмент	4	екзамен
ОК12.	Теорія ймовірності та математична статистика	8	диф. залік, екзамен
ОК13.	Безпека життєдіяльності та охорона праці	4	диф. залік
ОК14.	Фінанси, гроші і кредит	4	екзамен
ОК15.	Фінансова грамотність	5	екзамен
ОК16.	Основи підприємницької діяльності	4	диф. залік
ОК17.	Комп'ютерна графіка та основи WEB-дизайну	4	екзамен
ОК18.	Основи програмування та створення веб-сайтів	5	диф. залік
ОК19.	Товарознавство	4	диф. залік
ОК20.	Маркетингові дослідження цифрового ринку	5	екзамен
ОК21.	Курсова робота з Маркетингових досліджень цифрового ринку	3	диф. залік
ОК22.	SMM (Соціальний медіа маркетинг)	5	екзамен
ОК23.	Розробка товару	6	екзамен
ОК24.	Курсова робота з розробки товару	3	диф. залік
ОК25.	Інтернет реклама	6	екзамен
ОК26.	Управління рекламною діяльністю	5	екзамен
ОК27.	Товарна політика та управління інтернет- продажами	5	екзамен
ОК28.	Маркетингові стратегії цифрового середовища	5	екзамен
ОК29.	Брендінг	5	екзамен
ОК 30.	Міжнародний маркетинг	5	диф. залік
ОК 31.	Ознайомча практика	6	диф. залік
ОК 32.	Навчальна практика	6	диф. залік
ОК 33.	Виробнича практика	6	диф. залік
ОК 34.	Переддипломна практика	6	диф. залік
ОК 35.	Кваліфікаційна (бакалаврська) робота	6	диф. залік
Загальний обсяг обов'язкових компонент		180	

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
<b>Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми</b>			
ВК 1.	Вибіркова дисципліна 1	4	диф. залік
ВК 2.	Вибіркова дисципліна 2	4	диф. залік
ВК 3.	Вибіркова дисципліна 3	4	екзамен
ВК 4.	Вибіркова дисципліна 4	4	диф. залік
ВК 5.	Вибіркова дисципліна 5	4	диф. залік
ВК 6.	Вибіркова дисципліна 6	4	диф. залік
ВК 7.	Вибіркова дисципліна 7	3	диф. залік
ВК 8.	Вибіркова дисципліна 8	4	екзамен
ВК 9.	Вибіркова дисципліна 9	4	диф. залік
ВК 10.	Вибіркова дисципліна 10	3	екзамен
ВК 11.	Вибіркова дисципліна 11	4	диф. залік
ВК 12.	Вибіркова дисципліна 12	4	диф. залік
ВК 13.	Вибіркова дисципліна 13	4	диф. залік
ВК 14.	Вибіркова дисципліна 14	4	екзамен
ВК 15.	Вибіркова дисципліна 15	6	екзамен
<i>Загальний обсяг вибірових компонент</i>		<i>60</i>	
<b>Загальний обсяг програми</b>		<b>240</b>	

## 2.2. Структурно-логічна схема освітньо-професійної програми



### 3. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ СТУПЕНЯ БАКАЛАВР

Атестація осіб, які здобувають ступінь бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг», здійснюється шляхом захисту кваліфікаційної (бакалаврської) роботи та завершується видачею документу встановленого зразка про здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю «Маркетинг».

**Кваліфікаційна (бакалаврська) робота** – це самостійне дослідження студента з актуальних проблем маркетингу, за результатами якої Екзаменаційна комісія (ЕК) робиться висновок про рівень отриманих знань і вміння застосовувати їх у теоретичній та практичній роботі та присвоює освітню класифікацію «бакалавр» з даної спеціальності.

Атестація здійснюється екзаменаційною комісією, до складу якої можуть включатися представники роботодавців та їх об'єднань, відповідно до положення про екзаменаційну комісію, затвердженого вченою радою вищого навчального закладу. Атестація здійснюється відкрито і гласно.

Рівень відповідності вимогам освітнього рівня та освітньої підготовки бакалавра за спеціальністю 075 «Маркетинг» визначається за встановленими критеріями оцінювання.

Вищий навчальний заклад на підставі рішення екзаменаційної комісії присуджує особі, яка успішно виконала освітню програму на першому рівні вищої освіти, ступінь бакалавра та присвоює відповідну кваліфікацію.

## Матриця відповідності визначених Стандартом компетентностей дескрипторам НРК

Класифікація компетентностей за НРК	Знання <b>Зн1</b> Концептуальні знання, набуті у процесі навчання та професійної діяльності, включаючи певні знання сучасних досягнень <b>Зн2</b> Критичне осмислення основних теорій, принципів, методів і понять у навчанні та професійній діяльності	Уміння <b>Ум1</b> Розв'язання складних непередбачуваних задач і проблем у спеціалізованих сферах професійної діяльності та/або навчання, що передбачає збирання та інтерпретацію інформації (даних), вибір методів та інструментальних засобів, застосування інноваційних підходів	Комунікація <b>К1</b> Донесення до фахівців і нефахівців інформації, ідей, проблем, рішень та власного досвіду в галузі професійної діяльності <b>К2</b> Здатність ефективно формувати комунікаційну стратегію	Автономія та відповідальність <b>АВ1</b> Управління комплексними діями або проектами, відповідальність за прийняття рішень у непередбачуваних умовах <b>АВ2</b> Відповідальність за професійний розвиток окремих осіб та/або груп осіб <b>АВ3</b> Здатність до подальшого навчання з високим рівнем автономності
<b>Загальні компетентності</b>				
ЗК 1				АВ2
ЗК 2				АВ2
ЗК 3		Ум1	К1	
ЗК 4	Зн1	Ум1		
ЗК 5				АВ1
ЗК 6	Зн2			
ЗК 7		Ум1		АВ1
ЗК 8		Ум1		
ЗК 9		Ум1		
ЗК 10			К1	
ЗК 11			К2	АВ1
ЗК 12			К2	
ЗК 13	Зн2	Ум1		
ЗК 14		Ум1	К2	АВ2
<b>Спеціальні (фахові, предметні) компетентності</b>				
СК 1	Зн1		К1	
СК 2	Зн2	Ум1	К1	
СК 3		Ум1	К1	
СК 4	Зн2		К1	АВ2
СК 5	Зн2	Ум1		
СК 6	Зн2	Ум1	К1	
СК 7	Зн2	Ум1	К1	
СК 8	Зн2	Ум1	К1	АВ1
СК 9	Зн1		К1	
СК 10	Зн1	Ум1		
СК 11	Зн2	Ум1	К1	
СК 12		Ум1	К2	АВ1
СК 13		Ум1	К1	АВ1
СК 14		Ум1	К1	АВ1
СК 15		Ум1		АВ2
СК 16		Ум1	К2	
СК 17	Зн1	Ум1		
СК 18		Ум1	К2	АВ1
СК 19		Ум1		АВ1
СК 20		Ум1	К2	АВ1
СК 21	Зн2	Ум1	К1	АВ2



