

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»



ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор НТУ «ХПІ»

Євген СОКОЛ

2022 р.

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«МАРКЕТИНГ»

Другогорівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: Магістр маркетингу

ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ НТУ «ХПІ»

Голова вченої ради

Леонід ТОВАЖНЯНСЬКИЙ

Протокол № 4 від «25» травня 2022р.

Харків 2022р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми

Рівень вищої освіти

Другий (магістерський)

Галузь знань

07 «Управління та адміністрування»

Спеціальність

075 «Маркетинг»

Кваліфікація

Магістрмаркетингу

СХВАЛЕНО

Робочою групою ОП зі спеціальності
«Маркетинг»

Гарант освітньої програми



Олександра КОСЕНКО

« 24 » травня 2022 р.

РЕКОМЕНДОВАНО

Методичною радою НТУ «ХПІ»
Заступник голови методичної ради



Руслан МІГУЩЕНКО

« 24 » травня 2022 р.

ПОГОДЖЕНО

Завідувач кафедри маркетингу



Діана РАЙКО

« 24 » травня 2022 р.

ПОГОДЖЕНО

Директор навчально-наукового
інституту економіки, менеджменту
та міжнародного бізнесу



Наталія КРАСНОКУТСЬКА

« 24 » травня 2022 р.

ПОГОДЖЕНО

Здобувачка вищої освіти
(член робочої групи), гр. БЕМ-919к



Катерина Ахапкіна

« 24 » травня 2022 р.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Позитивні рецензії на освітню програму одержано від:

1. Запухляк І.Б. – д.е.н., проф., директорка інституту економіки та менеджменту Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу;
2. Nagy Szabolcs – Doctor of Sciences (Ph.D.), Associate Professor, Head of Department of Marketing and Tourism, University of Miskolc, Hungary;
3. Ахапкіна К. – здобувачка другого рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг», гр. БЕМ-М920а.

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Подана на рецензування освітньо-професійна програма «Маркетинг» підготовки фахівців другого (магістерського) рівня вищої освіти розроблена науко-педагогічними працівниками кафедри маркетингу Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Освітньо-професійна програма базується на положеннях Закону України «Про вищу освіту», зокрема тих, які визначають сутність освітньо-професійної програми, особливості другого (магістерського) рівня вищої освіти, компетентнісний підхід до організації навчання, та розроблена відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

Завдяки раціональному комбінуванню теоретичних курсів та курсів практичної підготовки, випускники, після опанування знань, умінь та навичок, визначених у матриці забезпечення програмних результатів навчання відповідними компонентами освітньої програми, будуть здатні якісно та на високому професійному рівні реалізовувати свої професійні права та виконувати відповідні обов'язки. Послідовність вивчення дисциплін, перелік та обсяг обов'язкових та вибірових дисциплін відповідають структурно-логічній схемі підготовки здобувачів вищої освіти та сприяють забезпеченню відповідності програмних результатів навчання запитам держави, суспільства, споживачів освітніх послуг та стейкхолдерів.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» у НТУ «ХПІ» відповідає сучасному рівню розвитку науки та практики освітньої діяльності, що дозволяє рекомендувати її для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» галузі знань 07 Управління та адміністрування

Рецензент:

Директорка інституту економіки та менеджменту
Івано-Франківського національного
технічного університету нафти і газу
д.е.н., професор

Іванна ЗАПУХЛЯК



REVIEW

**for the educational professional program "Marketing"
of the second level of higher education, aimed at the training of masters
in the specialty 075 – marketing branches of knowledge
07- management and administration higher educational institution
National technical university «Kharkiv polytechnical institute»**

The development of higher education in Ukraine involves the development of the latest educational programs that would organically combine the acquisition of theoretical knowledge with some experience of practical skills and integrated competencies, would integrate the most effective forms of traditional teaching with the latest interactive methods of learning.

In the process of training masters, the educational program successfully provides for the implementation of integral competencies - general and professional for future marketing specialists, in particular, the formation of the ability to learn and master modern knowledge, generate new ideas, take initiative and entrepreneurial spirit, motivate people and move towards common goals, use information and communication technologies, use professional knowledge in practical situations, the ability to identify, pose and solve problems, make informed management decisions.

The educational and scientific program "Marketing" for the training of applicants for higher education in the field of knowledge 07 "Management and Administration", specialty 075 "Marketing" (Master) was developed by the Department of Marketing of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" at a high level. The program fully complies with the key principles, traditions and requirements of an international level higher school.

Doctor of Sciences (Ph.D.),
Head of Department, Associate Professor
Department of Marketing and Tourism
University of Miskolc, Hungary



Dr. Nagy Szabolcs

РЕЦЕНЗІЯ

на освітньо-професійну програму "Маркетинг"
підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 "Маркетинг"
у Національному технічному університеті
«Харківський політехнічний інститут»

Актуальність реалізації освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» освітнього рівня «магістр» підтверджується появою нових вимог до ефективності управління різних суб'єктів господарювання в сучасних умовах трансформації економіки нашої держави та світової економіки.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг» визначає базові засади підготовки магістрів зі спеціальності 075 «Маркетинг», в якій чітко визначено мету та цілі навчання, сформульовано загальні та фахові компетентності фахівців з маркетингу. Дана ОПП регламентує мету, очікувані результати навчання, зміст умови та технологію реалізації освітнього процесу, оцінку якості підготовки магістра за даною спеціальністю і включає у себе: загальну інформацію, мету і характеристику освітньо-професійної програми, придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання, викладання та оцінювання, програмні компетентності, результати навчання, ресурсне забезпечення реалізації програми, перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність, структурно-логічна схема освітньої програми, форма атестації здобувачів вищої освіти, матриці відповідності результатів навчання та програмних компетентностей, визначених стандартом та відповідність результатів навчання компонентам освітньо-професійної програми

Разом з тим, варто рекомендувати розробникам програми надати можливість здобувачам вищої освіти вивчати питання, пов'язані з соціально-психологічними аспектами управлінської діяльності, особливостями індивідуальної та групової поведінки. Тому, на наш погляд, до ОПП доцільно включити таку дисципліну як "Психологія в маркетингу".

Загалом, освітньо-професійна програма "Маркетинг" підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня зі спеціальності 075 "Маркетинг" у Національному технічному університеті «Харківський політехнічний інститут» відповідає сучасному рівню розвитку науки та практики освітньої діяльності, що дозволяє рекомендувати до використання цієї програми для підготовки здобувачів вищої освіти на другому рівні за спеціальністю 075 "Маркетинг".

Староста групи БЕМ-М921а



Катерина АХАПКИНА

ПЕРЕДМОВА

Розроблено на основі Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня (затверджено Наказом Міністерства освіти і науки України 10.07.2019 р. № 960) робочою групою спеціальності 075 «Маркетинг» Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» у складі:

Голова робочої групи (гарант програми) – Олександра КОСЕНКО, доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу НТУ «ХПІ».

Члени проектної групи:

1. Діана РАЙКО – доктор економічних наук, професор, завідувачка кафедри маркетингу.
2. Надія ТКАЧОВА – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.
3. Олена КІТЧЕНКО – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу.

1. ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ПРОГРАМИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 075 «МАРКЕТИНГ»

1 – Загальна інформація	
Вищий навчальний заклад та структурний підрозділ	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та міжнародного бізнесу Кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти назва кваліфікації мовою оригіналу	Другий (магістерський), магістр маркетингу
Офіційна назва освітньої програми	Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС, 1 рік 4 місяці
Наявність акредитації	Сертифікат НД № 2192127, термін дії до 01.07.2025 р.
Цикл / рівень програми	FQ-EHEA – другий цикл, QF LLL – 7 рівень, НРК – 7 рівень
Передумови	Бакалавр, спеціаліст, магістр
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	Відповідно до терміну дії сертифікату про акредитацію
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://web.kpi.kharkov.ua/marketing/magistr/
2 – Мета освітньої програми	
Метою освітньої програми є підготовка магістрів маркетингу, які володіють інноваційним способом мислення та компетентностями, необхідними для ефективного управління маркетинговою діяльністю, і здатні вирішувати управлінські та науково-дослідні завдання	
3 – Характеристика освітньої програми	
Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація)	Галузь знань: 07 «Управління та адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма з прикладною орієнтацією. Професійні акценти: формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність з використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях.
Основний фокус освітньої програми та спеціалізації	Загальна освіта за спеціальністю 075 «Маркетинг». Ключові слова: маркетинг, реклама, комплекс маркетингу, маркетингова діяльність, рекламний бізнес, маркетинговий менеджмент, маркетингова товарна політика, збутова діяльність, мерчандайзинг, маркетингові рішення, маркетингова стратегія, Інтернет-маркетинг.
Особливості програми	Програма є багатопрофільною та передбачає практичну підготовку для формування навичок у сфері формування та управління маркетинговою діяльністю на сучасних підприємствах та в організаціях. В структурі освітньої програми передбачено вибіркові пакети дисциплін поглибленої профільної підготовки, що сприяють

	засвоєнню теоретичних засад та формуванню практичних навичок здобувачів у різних сферах маркетингової діяльності: рекламному бізнесі, маркетинговому менеджменті
--	--

4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Професійні можливості випускників (відповідно до Класифікатора професій ДК 003:2010). 1233 Директор з маркетингу ; 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю); 1237.1 Головні фахівці; 1475 Менеджер (управитель) з маркетингу ; 1475.4 Менеджер (управитель) із збуту Менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; 1476.1 Менеджери (управителі) з реклами; 2419.1 Наукові співробітники (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва, інтелектуальна власність); 2419.2 Експерт, рекламист, консультант, фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог).
Подальше навчання	Можливе подальше продовження освіти за третім рівнем вищої освіти, а також підвищення кваліфікації і отримання додаткової післядипломної освіти.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, яке проводиться у формі лекцій, семінарів, практичних занять, консультацій, самостійного вивчення, виконання курсових робіт на основі опрацювання підручників, посібників, періодичних наукових видань, використання мережі Інтернет
Оцінювання	Поточний та підсумковий контроль знань (опитування, контрольні та індивідуальні завдання, тестування тощо), заліки та іспити (усні та письмові), презентації, кваліфікаційна робота, захист звіту з практики, публічний захист 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	ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення. ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт. ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації. ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії. ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.
Фахові компетентності спеціальності (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу. СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування. СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення

	маркетингового аналізу та прогнозування. СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі. СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків. СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування. СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.
7 – Програмні результати навчання	
Програмні результати навчання за спеціальністю (визначені стандартом вищої освіти спеціальності)	P1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу. P2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта. P3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності. P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації. P5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами. P6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними. P7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта. P8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу. P9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень. P10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. P11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта. P12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм. P13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання. P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку. P15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	

Кадрове забезпечення	Відповідає кадровим вимогам щодо забезпечення провадження освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р. № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018))
Матеріально-технічне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо матеріально-технічного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018))
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Відповідає технологічним вимогам щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності у сфері вищої освіти згідно з діючим законодавством України (Постанова кабінету міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30 грудня 2015 р., № 1187 (зі змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 347 від 10.05.2018))
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	На основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та вищими навчальними закладами України
Міжнародна кредитна мобільність	Академічна мобільність на основі двосторонніх договорів між Національним технічним університетом «Харківський політехнічний інститут» та Мішкольцьким університетом (Угорщина), Університет Щецина (Польща), Університет Отто фон Герріке, Магдебург (Німеччина)
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Можливе після вивчення курсу української мови

2. ПЕРЕЛІК КОМПОНЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Код	Компоненти освітньої програми (дисципліни, проекти / роботи, практика, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів ЄКТС	Форма підсумкового контролю
ОБОВ'ЯЗКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
1.1 Загальна підготовка			
ЗП 1	Основи наукових досліджень	4,0	Залік
ЗП 2	Засоби аналізу даних	5,0	Залік
1.2 Професійна підготовка			
СП1	Стратегічний маркетинг	5,0	Іспит
СП2	Маркетинг відносин	5,0	Іспит
СП3	Бренд-менеджмент	4,0	Іспит
СП4	Communication, negotiations, mediation (англ)	3,0	Залік
СП5	Управління інноваційним розвитком	4,0	Іспит
СП6	Проектний менеджмент у маркетингу	5,0	Іспит
СП 7	Переддипломна практика	15,0	Залік
СП 8	Атестація	15,0	Іспит
ВИБІРКОВІ КОМПОНЕНТИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ			
2.1 Дисципліни професійної підготовки за блоками			
ВП	Дисципліни	15,0	Залік
2.2 Дисципліни вільного вибору згідно переліку			
ВВП	Дисципліни	10,0	Залік
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ ЗА ТЕРМІН ПІДГОТОВКИ		90,0	

3. РОЗПОДІЛ ЗМІСТУ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ЗА ГРУПАМИ КОМПОНЕНТІВ ТА ЦИКЛАМИ ПІДГОТОВКИ

№ п/п	Цикл підготовки	Обсяг навчального навантаження здобувача вищої освіти (кредитів / %)		
		Обов'язкові компоненти освітньо- професійної програми	Вибіркові компоненти освітньо-професійної програми	Всього за весь термін навчання
1	2	3	4	5
1	Цикл загальної підготовки	9 / 14	- / -	9 / 10
2	Цикл професійної та практичної підготовки	56 / 86	25 / 100	81 / 90
Всього за весь термін навчання		65 / 72	25 / 28	90 / 100

4. ФОРМА АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Атестація випускників освітньої програми спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі публічного захисту кваліфікаційної роботи та завершується видачею документу встановленого зразку про присудження йому ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: «Магістр маркетингу».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

5. СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

1 семестр	2 семестр	3 семестр
ЗП1 Основи наукових досліджень (4кр)	СП6 Проектний менеджмент у маркетингу (5кр)	Переддипломна практика (15кр)
ЗП2 Засоби аналізу даних (5кр)	Дисципліна ВП 1 (5кр)	Атестація (15кр)
СП1 Стратегічний маркетинг (5кр)	Дисципліна ВП 2 (5кр)	
СП2 Маркетинг відносин (5кр)	Дисципліна ВП 3 (5кр)	
СП3 Бренд менеджмент (4кр)	Дисципліна ВВП 1 (5кр)	
СП4 Business communication in marketing (англ) (3кр)	Дисципліна ВВП 2 (5кр)	
СП5 Управління інноваційним розвитком (4кр)		

Примітки:

Обов'язкові дисципліни загальної підготовки	Обов'язкові дисципліни фахової підготовки	Вибіркові дисципліни з профільованого пакету	Дисципліни вільного вибору студента профільної підготовки згідно переліку	Атестація та практична підготовка
--	--	---	--	--

**6. МАТРИЦЯ ВІДПОВІДНОСТІ ВИЗНАЧЕНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ,
КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТА ОСВІТНІХ КОМПОНЕНТІВ
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ ПІДГОТОВКИ**

Результат и навчання	Компетентності																
	Загальні компетентності								Спеціальні (фахові) компетентності								
	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
P1									СП5	ЗП1							ЗП1 СП5
P2									ЗП2								ЗП2
P3						ЗП1					ЗП1						
P4	СП1	СП5		СП5										СП5	СП1		
P5						ЗП1 СП4		СП6		ЗП1 СП4	ЗП1 СП3						
P6								СП6						СП6		СП6	
P7		СП2	СП2													СП2	
P8		СП3 СП4			СП3 СП4							СП3 СП4					
P9	СП3								СП2			СП3		СП3		СП2	
P10	СП3	СП2 СП3												СП3		СП2	
P11						ЗП2 СП1							СП1		СП1		
P12	СП1							СП6					СП1 СП6		СП1	СП6	
P13			СП5											СП5			
P14				СП1 СП2												СП2	
P15						ЗП1 ЗП2				ЗП1	ЗП1 ЗП2						