

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

**«МАРКЕТИНГ»/
«MARKETING»**

**Першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти за спеціальністю 075 Маркетинг
галузі знань 07 Управління та адміністрування**

**Кваліфікація: ступінь вищої освіти бакалавр
спеціальність «Маркетинг»**

**ЗАТВЕРДЖЕНО
ВЧЕНОЮ РАДОЮ ДТЕУ**

Голова вченої ради

_____/Анатолій МАЗАРАКІ/
(протокол № __ від «__» _____20__ р.)

Освітня програма вводиться в дію з _____20__ р.

**Ректор _____ / Анатолій МАЗАРАКІ/
(наказ № __ від «__» _____ 20__ р.)**

Київ 2022 р.

ЛИСТ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми ДТЕУ

Погоджено

Перший проректор з науково-педагогічної роботи

_____ Н.В. Притульська
_____ 2022 р.

Погоджено

Начальник навчального відділу

_____ С. І. Камінський
_____ 2022 р.

Погоджено

Декан факультету торгівлі та маркетингу

_____ В.А. Осика
_____ 2022 р.

Погоджено

Керівник групи забезпечення спеціальності

_____ О.С. Бондаренко
_____ 2022 р.

Погоджено

Директор ТОВ «ЕКО-БЕСТ»

_____ О.В. Бондаренко
_____ 2022 р.

Погоджено

Представник РСС факультету / спеціальності

_____ Діана ГОХБЕРГ
_____ 2022 р.

Погоджено

Проректор з наукової роботи

_____ С. В. Мельниченко
_____ 2022 р.

Погоджено

Начальник навчально-методичного відділу

_____ Т.В. Божко
_____ 2022 р.

Погоджено

Завідувач кафедри маркетингу

_____ О.С. Бондаренко
_____ 2022 р.

Погоджено

Гарант освітньої програми

_____ Т.О. Сулова
_____ 2022 р.

Погоджено

Начальник відділу маркетингу ТОВ «КОМПАНІЯ» «ЮНІВЕСТ МАРКЕТИНГ»

_____ А.С. Крепак
_____ 2022 р.

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою у складі:

1. Бондаренко Олена Сергіївна, завідувач кафедри маркетингу, доктор економічних наук, професор, керівник групи забезпечення спеціальності «Маркетинг».
2. Сулова Тетяна Олегівна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук.
3. Чуніхіна Тетяна Сергіївна, доцент кафедри маркетингу, кандидат економічних наук, доцент
4. Файвишенко Єва Ігорівна, студентка 3 курсу спеціальності 075 «Маркетинг».

Рецензії-відгуки зовнішніх стейкхолдерів:

1. Крепак Анна Сергіївна, к.е.н., начальник відділу маркетингу ТОВ «КОМПАНІЯ» «ЮНІВЕСТ МАРКЕТИНГ»
2. Бондаренко Олександр Володимирович, директор ТОВ «ЕКО-БЕСТ».

1. Профіль освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075 «Маркетинг»

1 – Загальна інформація	
Повна назва ЗВО та структурного підрозділу	Державний торговельно-економічний університет, факультет торгівлі та маркетингу, кафедра маркетингу
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти бакалавр спеціальність «Маркетинг»
Офіційна назва освітньої програми	«Маркетинг»
Відповідність стандарту вищої освіти МОН України	Відповідає СВО МОН України
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, Термін навчання 3 роки 10 місяців
Наявність акредитації	Сертифікат про акредитацію, виданий Міністерством освіти і науки України, Україна, наказ МОН України від 19.12.2016 р. № 1565, термін дії до 01 липня 2024 р.
Цикл/рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший цикл, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Наявність повної загальної середньої освіти
Мова(и) викладання	Українська
Термін дії освітньої програми	01 липня 2024 р.
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	https://knute.edu.ua
2 – Мета освітньої програми	
Формування системи теоретичних, професійних знань і практичних навичок необхідних для ефективного вирішення завдань маркетингової орієнтації суб'єктів ринкових відносин на конкурентних ринках. Опанування технологіями та методиками маркетингу: дослідження ринку, вивчення потреб споживачів, формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик підприємств з метою задоволення їх економічних та соціальних інтересів	
3 - Характеристика освітньої програми	
Предметна область	<ul style="list-style-type: none"> • <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 бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності. • <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

	<p>маркетингу.</p> <ul style="list-style-type: none"> • <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 освітньої програми	<p>Освітньо-професійна.</p> <p>Теоретичний зміст предметної області: 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.</p> <p>Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.</p> <p>Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.</p>
Основний фокус освітньої програми	<p>Цілі навчання: підготовка бакалаврів маркетингу, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для провадження ефективної маркетингової діяльності.</p> <p>Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів.</p> <p>Ключові слова: маркетинг, маркетингові дослідження, маркетингові політики, маркетингова діяльність підприємства, контент-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, клієнтоорієнтованість.</p>
Особливості програми	<p>Наявність варіативної складової професійно-орієнтованих дисциплін для праці у сфері маркетингу; практична підготовка протягом навчання на підприємствах, що мають маркетингову діяльність</p>
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	<p>Випускник придатний до працевлаштування на посади у відповідності до Національного класифікатора професій ДК 003:2010: помічника керівника підприємства (установи, організації); організатора з постачання; організатора із збуту; агента комерційного; агента торговельного; торговця (обслуговування бізнесу та реклами).</p>
Подальше навчання	<p>Можливість продовжити навчання за програмою другого циклу FQ-ЕНЕА, 7 рівня EQF-LLL та 7 рівня НРК. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти</p>
5 – Викладання та оцінювання	

Викладання та навчання	Компетентнісний підхід в побудові та реалізації навчальних програм. Викладання на засадах проблемно-орієнтованого навчання з використанням освітніх технологій та методик для розвитку здібностей та мотивації зацікавленості студентів..
Оцінювання	Оцінювання письмових екзаменів, захисту курсових робіт, індивідуальних та колективних дослідницьких робіт здійснюється відповідно Положення про організацію освітнього процесу студентів та Положення про оцінювання результатів навчання студентів і аспірантів у ДТЕУ.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність	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.
Загальні компетентності	<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.</p> <p>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>

<p>Спеціальні (фахові) компетентності</p>	<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 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>7 – Програмні результати навчання</p>	
	<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 взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують</p>

	<p>результативність такої діяльності.</p> <p>P7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>P8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>P9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.</p> <p>P10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p> <p>P11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>P12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>P13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p> <p>P14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p> <p>P15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.</p> <p>P16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.</p> <p>P17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.</p> <p>P18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	<p>Випусковою та відповідальною за підготовку фахівців за відповідною ОП є кафедра маркетингу ДТЕУ. Кадрове забезпечення відповідає Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності. 100% професорсько-викладацького складу, задіяного до викладання професійно-орієнтованих дисциплін мають наукові ступені за спеціальністю і відзначається високим рівнем професійної підготовки.</p> <p>З метою підвищення фахового рівня всі науково-педагогічні працівники один раз на п'ять років проходять стажування.</p> <p>З усіма науково-педагогічними працівниками укладено трудові договори.</p>

Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість приміщеннями для проведення навчальних занять та контрольних заходів – 4 кв. метрів на одну особу. 40% навчальних аудиторій забезпечені мультимедійним обладнанням. Інфраструктура ДТЕУ: бібліотеки, у тому числі читальний зал, пункти харчування, актовий зал, спортивні зали, стадіон, медичний пункт, гуртожитки.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Діюча система дистанційного навчання MOODLE забезпечує самостійну та індивідуальну підготовку. У ДТЕУ повністю дотримано технологічні вимоги щодо навчально-методичного та інформаційного забезпечення освітньої діяльності. Є доступ до баз даних періодичних наукових видань англійською мовою відповідного або спорідненого профілю (допускається спільне користування базами кількома закладами освіти) Є офіційний веб-сайт ДТЕУ, на якому розміщена основна інформація про його діяльність (структура, ліцензії та сертифікати про акредитацію, освітня/освітньо-наукова/ видавнича/атестаційна (наукових кадрів) діяльність, навчальні та наукові структурні підрозділи та їх склад, перелік навчальних дисциплін, правила прийому, контактна інформація): https://knute.edu.ua У відділі супроводу дистанційного навчання ДТЕУ є навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін навчального плану: http://ldn.knute.edu.ua
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	ДТЕУ бере участь у програмі Еразмус+ за напрямком К1 за укладеними угодами з: 1. Університет Гренобль Альпи (м. Гренобль, Франція). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Економіка та управління. 2. Університет Центрального Ланкаширу (м. Престон, Великобританія). Освітній ступінь: бакалавр. Спеціальність: Ділові комунікації.
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком, за умови вивчення ними української мови в обсязі 6 кредитів ЄКТС, що додатково передбачені навчальним планом.

2. Перелік компонент освітньої програми та їх логічна послідовність

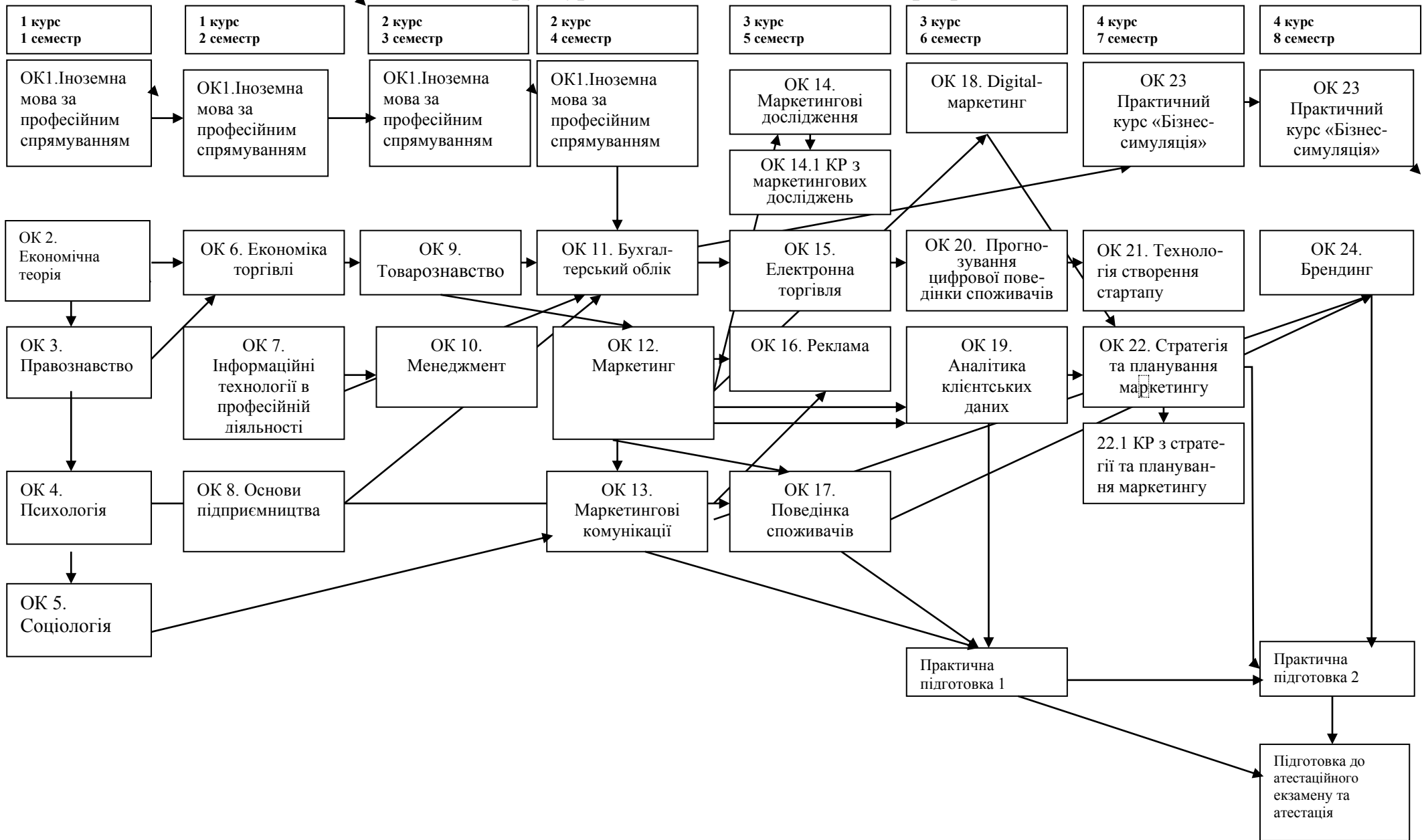
2.1. Перелік компонент ОП

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційний екзамен, випускна кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів
1	2	3
Обов'язкові компоненти ОП		
ОК 1	Іноземна мова за професійним спрямуванням	24
ОК 2	Економічна теорія	6
ОК 3	Правознавство	6
ОК 4	Психологія	6
ОК 5	Соціологія	6
ОК 6	Економіка торгівлі	6
ОК 7	Інформаційні технології в професійній діяльності	6
ОК 8	Основи підприємництва	6
ОК 9	Товарознавство	6
ОК 10	Менеджмент	6
ОК 11	Бухгалтерський облік	6
ОК 12	Маркетинг	6
ОК 13	Маркетингові комунікації	6
ОК 14	Маркетингові дослідження	6
ОК 14.1	КР з маркетингових досліджень	
ОК 15	Електронна торгівля	6
ОК 16	Реклама	6
ОК 17	Поведінка споживачів	6
ОК 18	Digital-маркетинг	9
ОК 19	Аналітика клієнтських даних	6
ОК 20	Прогнозування цифрової поведінки споживачів	6
ОК 21	Технологія створення стартапу	6
ОК 22	Стратегія та планування маркетингу	6
ОК 22.1	КР зі стратегії та планування маркетингу	
ОК 23	Практичний курс «Бізнес-симуляція»	9
ОК 24	Брендинг	6
Загальний обсяг обов'язкових компонент:		168
Вибіркові компоненти ОП		
ВК 1	Безпека життя	6
ВК 2	Дизайн в рекламі	6
ВК 3	Дипломатичний та діловий протокол та етикет	6
ВК 4	Ділові переговори	6
ВК 5	Екологія	6
ВК 6	Захист прав споживачів	6
ВК 7	Івент-маркетинг	6
ВК 8	Іміджологія	6
ВК 9	Інформаційні війни	6
ВК 10	Інформаційні системи в ритейлі	6
ВК 11	Категорії та систематика товарів у ритейлі	6
ВК 12	Комп'ютерна графіка в рекламі	6

ВК 13	Логістика	6
ВК 14	Маркетинг послуг	6
ВК 15	Маркетингова товарна та цінова політика	6
ВК 16	Міжнародний маркетинг	6
ВК 17	Організація торгівлі	6
ВК 18	Основи кібербезпеки	6
ВК 19	Програмне забезпечення маркетингу	6
ВК 20	Прямий маркетинг	6
ВК 21	Психологія бізнесу	6
ВК 22	Реклама в Інтернеті	6
ВК 23	Релігієзнавство	6
ВК 24	Соціальне лідерство	6
ВК 25	Статистика	6
ВК 26	Товарознавство. Антикваріат	6
ВК 27	Товарознавство. Квіти	6
ВК 28	Товарознавство. Паливно-мастильні матеріали	6
ВК 29	Товарознавство. Транспортні засоби	6
ВК 30	Товарознавство. Цивільна зброя	6
ВК 31	Торговельне обладнання	6
ВК 32	Філософія	6
Загальний обсяг вибіркових компонент:		60
Практична підготовка		
Практична підготовка 1		3
Практична підготовка 2		6
Разом		9
Атестація		
Підготовка до атестаційного екзамену та атестація		3
Разом		3
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240

Для всіх компонентів освітньої програми формою підсумкового контролю є екзамен.

2.2. Структурно-логічна схема освітньої програми



3. Форми атестації здобувачів вищої освіти

Атестація здійснюється у формі атестаційного екзамену.

Атестаційний екзамен має передбачати оцінювання результатів навчання за цією освітньо-професійною програмою.

4.1. Матриця відповідності програмних компетентностей обов'язковим компонентам освітньої програми

Компоненти Компетентності	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	О 14.1	ОК 15	ОК 16	ОК 17	ОК 18	ОК 19	ОК 20	ОК 21	ОК 22	ОК 22.1	ОК 23	ОК 24
ЗК1		•	•	•	•				•																	
ЗК2	•	•	•		•	•			•	•								•			•					
ЗК3		•	•	•					•												•		•	•		
ЗК4	•	•	•	•	•		•		•		•	•	•		•	•	•	•	•				•	•	•	
ЗК5					•				•	•	•				•					•		•		•	•	
ЗК6					•			•				•	•				•	•		•		•		•		•
ЗК7	•			•		•	•		•	•		•	•	•	•	•	•	•	•			•	•	•	•	
ЗК8												•		•	•					•		•		•		
ЗК9							•						•	•	•	•				•	•	•		•	•	
ЗК10	•									•																
ЗК11				•									•	•			•					•			•	
ЗК12			•	•	•	•		•	•	•			•		•								•		•	
ЗК13	•																							•		
ЗК14		•	•					•	•			•		•	•		•					•		•		•
СК1	•											•	•	•	•		•		•	•	•		•	•		•
СК2		•											•		•							•		•	•	•
СК3												•	•	•	•			•		•	•		•	•		
СК4							•		•			•	•	•			•			•					•	•
СК5												•	•		•	•				•				•		
СК6												•		•	•			•		•		•		•		
СК7						•		•							•					•		•		•		
СК8							•						•							•		•	•		•	
СК9																				•						
СК10							•								•	•	•		•	•	•			•		
СК11		•						•				•		•	•	•		•		•	•			•		
СК12	•											•		•	•				•				•	•	•	•
СК13				•	•					•				•						•		•	•	•	•	•
СК14				•					•	•	•	•	•	•	•		•			•			•	•	•	•

**5. 1. Матриця забезпечення програмних результатів навчання
відповідними обов'язковими компонентами освітньої програми**

Компоненти Програмні результати навчання	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 14.1	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 22.1	OK 23	OK 24	
P1												•	•	•	•		•			•			•	•			
P2		•				•						•		•	•	•					•	•	•	•	•		
P3			•	•		•	•		•	•		•	•		•		•	•	•				•		•	•	•
P4						•	•		•			•		•	•	•	•	•			•	•	•	•	•	•	
P5								•								•			•		•	•	•	•	•		
P6						•				•		•			•									•		•	
P7							•						•	•		•	•			•	•	•				•	
P8										•			•		•	•	•	•		•	•			•	•		•
P9						•																•	•				
P10										•			•								•	•					•
P11		•			•			•	•					•	•		•			•					•		
P12				•	•		•		•	•		•	•		•					•	•	•		•	•	•	
P13				•				•		•	•				•					•				•	•	•	
P14										•		•													•	•	
P15	•	•	•		•				•			•		•	•		•								•		•
P16	•				•	•			•			•		•	•	•	•	•	•	•	•	•		•	•	•	•
P17	•														•									•			•
P18			•									•		•	•		•		•					•	•		

