

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Котова Лариса Анатольевна
Должность: Директор филиала
Дата подписания: 18.03.2023 15:01:04
Уникальный программный ключ:
10730ffe6b1ed036b744b6e9d97700b86e5c04a7

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»
Новотроицкий филиал

Аннотация рабочей программы дисциплины

Маркетинг

Закреплена за подразделением Кафедра гуманитарных и социально-экономических наук (Новотроицкий филиал)

Направление подготовки

38.03.02 Менеджмент

Профиль

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 180

в том числе:

аудиторные занятия 26

самостоятельная работа 145

часов на контроль 9

Формы контроля на курсах:
экзамен 3

Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс | 3 | | Итого | |
|-------------------|-----|-----|-------|-----|
| | уп | рп | | |
| Лекции | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Практические | 10 | 10 | 10 | 10 |
| В том числе инт. | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Итого ауд. | 26 | 26 | 26 | 26 |
| Контактная работа | 26 | 26 | 26 | 26 |
| Сам. работа | 145 | 145 | 145 | 145 |
| Часы на контроль | 9 | 9 | 9 | 9 |
| Итого | 180 | 180 | 180 | 180 |

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

| | |
|-----|--|
| 1.1 | Цель: помочь обучающимся освоить философию бизнеса в условиях рынка, ознакомить с приемами активной деятельности на рынке, ознакомить с методами системного решения вопросов производства и реализации товаров, гибкого приспособления к изменениям рынка, дифференцированного подхода к потребителям. |
| 1.2 | Задачи изучения дисциплины: |
| 1.3 | - научить получать маркетинговую информацию; |
| 1.4 | - проводить маркетинговые исследования; |
| 1.5 | - проводить маркетинговый анализ деятельности предприятия; |
| 1.6 | - научить использованию маркетингового инструмента. |

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

| Блок ОП: | | Б1.Б |
|----------|---|------|
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: | |
| 2.2 | Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: | |
| 2.2.1 | Стратегический менеджмент | |
| 2.2.2 | Управление качеством | |
| 2.2.3 | Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы | |
| 2.2.4 | Государственная итоговая аттестация | |

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

| | |
|--|--|
| УК-7.1: способность анализировать продукцию, процессы и системы | |
| Знать: | |
| УК-7.1-32 методы анализа продукции, процессов и систем. | |
| УК-8.1: умение проектировать и разрабатывать продукцию, процессы и системы, соответствующие профилю образовательной программы, выбирать и применять соответствующие методики проектирования и разработки, включая передовые методы и технологии | |
| Знать: | |
| УК-8.1-32 роль маркетинга как одной из ведущих функций управления. | |
| УК-8.1-31 понятия и категории маркетинга; | |
| УК-7.1: способность анализировать продукцию, процессы и системы | |
| Знать: | |
| УК-7.1-31 цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга; | |
| ПК-1.5: способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений | |
| Знать: | |
| ПК-1.5-32 методы анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений | |
| ПК-1.5-31 сущность и роль маркетинга в экономическом развитии предприятия | |
| УК-8.1: умение проектировать и разрабатывать продукцию, процессы и системы, соответствующие профилю образовательной программы, выбирать и применять соответствующие методики проектирования и разработки, включая передовые методы и технологии | |
| Уметь: | |
| УК-8.1-У2 применять маркетинговые методики в профессиональной деятельности. | |
| УК-8.1-У1 использовать маркетинговые знания при проектировании и разработке продукции, процессов и систем; | |
| ПК-1.5: способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений | |
| Уметь: | |
| ПК-1.5-У1 использовать маркетинговые данные при анализе взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений | |

УК-7.1: способность анализировать продукцию, процессы и системы**Уметь:**

УК-7.1-У1 применять методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации;

УК-7.1-У2 анализировать продукцию, процессы и системы.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Формируемые индикаторы компетенций | Литература и эл. ресурсы | Примечание | КМ | Выполняемые работы |
|-------------|--|----------------|-------|---|--|------------|----|--------------------|
| | Раздел 1. Теоретические основы маркетинга | | | | | | | |
| 1.1 | Эволюция рынка и концепции маркетинга. Типы и виды маркетинга. Маркетинг как функция управления. /Лек/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 1.2 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Эволюция рынка и концепции маркетинга. /Ср/ | 3 | 8 | ПК-1.5-31 ПК-1.5-У1 УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 1.3 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Типы и виды маркетинга. /Ср/ | 3 | 8 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 1.4 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas. Маркетинг как функция управления. /Ср/ | 3 | 7 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | |
| | Раздел 2. Система маркетинговой информации, анализ рыночных возможностей предприятия | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|--|--|--|--|
| 2.1 | Система маркетинговой информации. Анализ рыночных возможностей предприятия /Лек/ | 3 | 2 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 2.2 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Система маркетинговой информации. /Ср/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 2.3 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas.Эволюция рынка и концепции маркетинга. /Ср/ | 3 | 6 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-7.1-У2 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 2.4 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Анализ рыночных возможностей предприятия /Ср/ | 3 | 8 | ПК-1.5-31 УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 2.5 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Маркетинг как функция управления. /Ср/ | 3 | 8 | ПК-1.5-32 УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|--|-----------------------|--|--|
| 2.6 | Эволюция рынка и концепции маркетинга. Типы и виды маркетинга. Маркетинг как функция управления. Система маркетинговой информации. Анализ рыночных возможностей предприятия /Пр/ | 3 | 2 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-7.1-У1 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | семинар- дискуссия | | |
| Раздел 3. Стратегические решения в маркетинге | | | | | | | | |
| 3.1 | Особенности покупательского поведения потребителя. Потребитель продукции предприятия. /Лек/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 3.2 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas. Особенности покупательского поведения потребителя. /Ср/ | 3 | 8 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 3.3 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Потребитель продукции предприятия. /Ср/ | 3 | 9 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 3.4 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Личные и психологические факторы поведения покупателя. /Ср/ | 3 | 9 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|--|--|-----------------------|--|--|
| 3.5 | Сегментирование рынка. Позиционирование рынка. /Лек/ | 3 | 2 | УК-7.1-31 УК- 7.1-32 УК-8.1- 31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 3.6 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Сегментирование рынка. /Ср/ | 3 | 9 | УК-7.1-31 УК- 7.1-32 УК-8.1- 31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 3.7 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Позиционирование рынка. /Ср/ | 3 | 9 | ПК-1.5-32 ПК- 1.5-У1 УК-7.1- 31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК- 8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 3.8 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Выбор целевых сегментов рынка. /Ср/ | 3 | 8 | УК-7.1-31 УК- 7.1-32 УК-8.1- 31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 3.9 | Особенности покупательского поведения потребителя. Потребитель продукции предприятия. Сегментирование рынка. Позиционирование рынка. /Пр/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК- 7.1-32 УК-7.1- У1 УК-8.1-31 УК-8.1-32 УК- 8.1-У2 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | семинар- дискуссия | | |
| | Раздел 4. Оперативный маркетинг | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----|--|---|---|---|--|--|--|--|
| 4.1 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Разработка товара. /Ср/ | 3 | 8 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.2 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Товарная политика предприятия. /Ср/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.3 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas.Методы и стратегии ценообразования в маркетинге. /Ср/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.4 | Разработка товара. Товарная политика предприятия. Методы и стратегии ценообразования в маркетинге. /Лек/ | 3 | 2 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.5 | Методы распространения товаров. Методы продвижения товаров. /Лек/ | 3 | 2 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |

| | | | | | | | | |
|------|---|---|---|---|--|--|--|----|
| 4.6 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Методы распространения товаров. /Ср/ | 3 | 8 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.7 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Методы продвижения товаров. /Ср/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.8 | Самостоятельное изучение учебного материала в LMS Canvas: Закон РФ "О защите прав потребителей". /Ср/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.9 | Разработка товара. Товарная политика предприятия. Методы и стратегии ценообразования в маркетинге. Методы распространения товаров. Методы продвижения товаров. /Пр/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-7.1-У1 УК-7.1-У2 УК-8.1-31 УК-8.1-32 УК-8.1-У1 УК-8.1-У2 | Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12Л3.1 Э1 Э2 Э3 | | | |
| 4.10 | Подготовка контрольной работы /Ср/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 УК-8.1-У1 УК-8.1-У2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | Р1 |

| | | | | | | | | |
|------|---|---|---|---|---|--|-----|----|
| 4.11 | Подготовка к защите контрольной работы /Ср/ | 3 | 4 | УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.3 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | | P1 |
| 4.12 | Подготовка к экзамену /Ср/ | 3 | 4 | ПК-1.5-31 ПК-1.5-32 ПК-1.5-У1 УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-7.1-У1 УК-7.1-У2 УК-8.1-31 УК-8.1-32 | Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Э1 Э2 Э3 | | КМ1 | |
| 4.13 | Экзамен /Экзамен/ | 3 | 9 | ПК-1.5-31 ПК-1.5-32 ПК-1.5-У1 УК-7.1-31 УК-7.1-32 УК-7.1-У1 УК-7.1-У2 УК-8.1-31 УК-8.1-32 УК-8.1-У1 УК-8.1-У2 | Э1 Э2 Э3 | | КМ1 | |