

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ  
Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну

**Кваліфікаційна робота**

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти  
на тему:

**«Комунікаційний супровід соціально-освітніх  
проєктів компанії «lifecell»**

**Терміни реалізації проєкту:**

**початок:** січень 2020

**закінчення:** жовтень 2021

**Науковий керівник:**

к. н. із соц. ком. Олексій СИТНИК

**Виконавець проєкту:**

магістр освітньої програми

**«Правова журналістика»,**

денної форми навчання

Наталія РУБИШ

Київ – 2021

## ЗМІСТ

<b>I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ.....</b>	<b><u>3-4</u></b>
<b>1. Загальні відомості.....</b>	<b><u>3-4</u></b>
<b>2. Характеристики проєкту.....</b>	<b><u>4-9</u></b>
2.1. Ключові слова.....	4
2.2. Реферат проєкту.....	<u>4-8</u>
2.3. Масштаб проєкту.....	8
2.4. Спрямованість проєкту.....	8
2.5. Ступінь новизни.....	<u>8-9</u>
<b>3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва.....</b>	<b><u>9-11</u></b>
3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.....	9
3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.....	<u>9-11</u>
3.3. Організація заходів.....	11
<b>4. Очікувана ефективність проєкту.....</b>	<b><u>11-12</u></b>
4.1. Економічна ефективність проєкту.....	11
4.2. Соціальна ефективність проєкту.....	<u>11-12</u>
4.3. Інші види ефектів.....	12
<b>5. Аналіз потенційних ризиків проєкту.....</b>	<b><u>12-13</u></b>
5.1. Основні фактори ризику проєкту.....	12
5.2. Управління ризиками.....	<u>12-13</u>
<b>6. Загальні висновки.....</b>	<b><u>13</u></b>
<b>7. Список джерел.....</b>	<b><u>14</u></b>
<b>II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЄКТ.....</b>	<b>15</b>
<b>Додаток А. Медіаплан публікацій.....</b>	<b><u>15-17</u></b>
<b>Додаток Б. Публікації до проєкту «lifecell Академія».....</b>	<b><u>18-24</u></b>
<b>Додаток В. Публікації до проєкту «lifecell Campus».....</b>	<b><u>24-29</u></b>
<b>Додаток Г. Активності до проєкту «Jump into life:)».....</b>	<b><u>29-33</u></b>

# І. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

## 1. Загальні відомості

Проєкт «Комунікаційний супровід соціально-освітніх проєктів компанії «lifecell» — це проєкт, що передбачає комунікаційну діяльність у трьох діючих соціально-освітніх проєктах: клуб для студентів «lifecell Campus», програма стажування «Jump into life:)» та програма для школярів «lifecell Академія».

Програма для школярів «lifecell Академія» — це змагання з успішності в сільських школах, де в кінці навчальної чверті семестру компанія нагороджує кращі за середнім балом класи та їх учнів.

Програма стажування «Jump into life:)» — це соціально-освітня програма, яка залучає талановиту молодь та сприяє розвитку майбутніх українських професіоналів.

Клуб для студентів «lifecell Campus» — програма лояльності для всіх українських студентів.

Важливими складовими цього проєкту є оперативність у виконанні поставлених задач, чіткі терміни реалізації, вміння коректно ставити завдання, доступність в робочому режимі 24/7, адже проєкт передбачає залученість та постійну комунікацію значної кількості людей (менеджерів, журналістів, дизайнерів, літературних редакторів тощо).

Основними цілями проєктів є: 1) зацікавлення та залучення аудиторії школярів, абітурієнтів та студентів до можливості вдосконалювати свої знання, 2) мати можливість розвиватись у діджитал-сферах, 3) дотримання соціальної відповідальності компанії.

Моїм внеском в проєкти є розробка комунікаційної стратегії, що передбачає розробку контент-планів, аналіз та дослідження регіональних медіаресурсів, на яких я просувала ці проєкти, написання брифів до зйомок сюжетів на телеканалах, написання та адаптація текстів для розміщення на інформаційних ресурсах, створення інформаційних постів для соціальних мереж та реалізація зйомки відео.

Конкретно для проєкту «Jump into life:)» я придумувала ідею проморолика, прописувала режисерський сценарій та спільно з дизайнером створювала розкадровку ролика, формувала бюджет. Включно з цим реалізовувала зйомку та була її режисером. Створювала текстове наповнення для поширення інформації про програму. Також готувала матеріал для поширення інформації про проєкт на інформаційних ресурсах.

Для проєкту «lifecell Академія» я створювала медіаплан для поширення інформації про програму, формувала бюджет. Організовувала зйомки в регіонах, в яких відбувалися вручення подарунків найкращим класам. Водночас писала брифи та прописувала сюжетну лінію зйомок. Писала та адаптувала тексти, організовувала розміщення інформації про дану активність на інформаційних ресурсах регіонів та їх соціальних мережах.

Для проекту «lifecell Campus» я створювала контент-план та підбирала відповідні телеграм-ресурси для поширення цієї інформації. Так як ЦА даного проекту — студенти, відповідно поширювала матеріал саме в студентських ресурсах загалом. Також я готувала текстові матеріали та адаптувала їх під телеграм-канали. Організовувала роботу дизайнера. Бюджетувала дані прояви.

Кількість проведених зйомок на регіональному телебаченні: 6.

Кількість розміщених інформаційних повідомлень на національних та регіональних інформаційних ресурсах: 23.

Кількість розміщених інформаційних повідомлень на сторінках медіаресурсів у Фейсбук: 18.

Кількість розміщених інформаційних повідомлень на студентських каналах в Телеграм: 95.

Кількість аудіовізуального контенту для програми проекту: 1.

## ***2. Характеристики проекту***

### *2.1. Ключові слова.*

Соціальна комунікація, освіта, студенти, абітурієнти, школярі, комунікаційний супровід, контент-план, медіаплан, соціальна відповідальність, медіаресурси, інформаційне повідомлення.

### *2.2. Реферат проекту.*

*Назва проекту:* «Комунікаційний супровід соціально-освітніх проектів компанії «lifecell».

*Мета:* Залучення талановитої молоді до можливості вдосконалення власних вмінь та знань, їх навчання, в подальшому просування та сприяння їхньому розвитку в якості майбутніх українських професіоналів.

*Місія проекту:* Зробити аудиторію професіоналами своєї справи, сприяти їхнім вмінням ведення бізнесу, допомагати в реалізації практичних завдань, навчити фокусуватися на досягненнях індивідуальних результатів та ознайомити з культурою роботи міжнародних компаній.

### *Основні техніко-економічні показники проекту.*

Вищезазначений комунікаційний проект передбачає розміщення в соціальних мережах (Telegram, Facebook), на національних і регіональних медіаресурсах (інформаційні новинні сайти, телеканали) та у друкованих виданнях (газети).

Загальні витрати на описаний проект будуть здійснюватися відповідно до прописаного бухгалтерського обліку, а також розумній варіації цін та курсу валют.

*Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу.*

Вищезазначений комунікаційний проєкт направлений на встановлення тісних зв'язків між науковою сферою в тому числі. В першу чергу завдяки комунікації з освітньою аудиторією абітурієнтів, студентів та школярів.

Метою самого проєкту є інтеграція практичних, теоретичних та соціальних аспектів в єдине ціле, і в кінцевому результаті втілення в життя глобальної ініціативи щодо просування ідеї роботи цільової аудиторії в Україні і можливості саме тут розвиватись та вдосконалюватись для свого блага та блага своєї країни.

З метою реалізації цього комунікаційного проєкту була проведена робота з підготовки контент-планів, написання текстів, виготовлення візуалізації до текстових повідомлень та розробка сценарію до відеоролика.

Наведена комунікаційна стратегія матиме виховне та просвітницьке значення для суспільства. Вітчизняний науково-технічний потенціал збагатиться ще одним соціально важливим проєктом.

*Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери.*

Оскільки вищезазначений проєкт носить соціальнозначущий характер, але все ж ініційований комерційною компанією, тож комерційна складова виробництва є однією з основних пріоритетів самого комунікаційного проєкту.

Тож залучення інвестицій компанії є життєво необхідними для створення проєкту і відіграють ключову роль в його реалізації.

Проєкт окрім заохочення до розвитку вмінь та вдосконалення знань, покликаний заохотити працювати в Україні якомога більше людей, адже країна постійно потребує фахівців в діджитал-сферах. Тож ми частково розраховуємо ще на підтримку проєкту спонсорами, що переслідують однакову з нами ціль.

Проєкт розрахований на майбутню перспективу, тож триватиме до тих пір, поки даватиме хороші результати.

*Термін реалізації проєкту.*

Комунікаційний супровід проєкту передбачений на не визначений термін, оскільки доки 3 проєкти існують, доти відбуватиметься їхня реалізація. Варто додати, що я лише відслідковую найкращий час для реалізації цих проєктів. В інтересах компанії «lifecell» – захопити увагу школярів, студентів, абітурієнтів. Відповідно, моє завдання – обрати найбільш доречний для реалізації цих проєктів час. Для прикладу, найкращий час реалізовувати освітні проєкти та отримувати хороші результати від

них – це початок навчального року. Найгірший час для реалізації проєктів – канікули (літо, зима). Хоча варто відзначити, що для абітурієнтів період літа – це завжди актуальний час отримувати інформацію.

Кожен етап роботи буде викладений у вигляді письмового, візуального та фінансового звіту.

Терміни, що зазначені на титульній сторінці мого проєкту – це дати, в які я почала просувати дані проєкти і продовжую це робити. Проте кінцева дата – це дата останніх реалізованих проєктів станом на місяць жовтень. Реалізація проєктів продовжуватиметься.

*Витрати на реалізацію проєкту і строк його окупності.*

Загальні витрати на реалізацію в зазначений термін складатимуть до 504 тис. грн.

Строки окупності: Фіксованих строків окупності немає.

Надійний спосіб отримати додаткові кошти для реалізації – це пошук та залучення партнерів до співпраці та для досягнення визначених цілей.

*Фінансово-економічні показники.*

Витрати впродовж терміну робіт – до 504 тис. грн. за 22 місяці.

- Проведення наукових досліджень: Кожен місяць, 00,00 грн. (аналіз, технічні вирішення);
- Проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт – Кожен місяць, в який реалізовуватиметься проєкт, витрати – 00,00 грн. (аналіз);
- Обладнання: дизайнерський цех, камера, мікрофони, петлички, додаткове освітлення (діодні планшети) для виготовлення контенту – 60 тис. грн.;
- Вийзні зйомки в різних локаціях – 40 тис. грн.

*Джерела і умови фінансування проєкту:*

- Фінансування проєкту буде здійснюватися шляхом виділення бюджету компанією «lifecell».

*Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування:*

Таблиця 1. Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування.

№ п/п	Найменування робіт	Необхідні обсяги фінансування, тис. гривень
1.	Розробка комунікаційних стратегій до 3 проєктів (аналіз медіаресурсів, створення контент-планів, медіапланів, бюджетування витрат, написання	100 тис. грн

	ключових інформаційних повідомлень для поширення медіаплатформ тощо)	
2.	Бюджетування розміщень у соціальних мережах (Telegram, Facebook) та для національних та регіональних медіаресурсів	Близько 100 тис. грн
3.	Розробка візуалізації для контенту в соціальні мережах (послуги дизайнера)	15 тис. грн
4.	Організація зйомок сюжетів на телеканалах (організація, написання брифів, погодження фінального матеріалу)	Близько 150 тис. грн
5.	Розсилка релізів по базах соціальних, технічних та загально-політичних медіаресурсів	3000 грн
6.	Транспортні витрати	40 тис. грн
7.	Написання, адаптація готового матеріалу, вчитка та переклад текстів для розміщення	30 тис. грн
8.	Організація знімальної групи для зйомки відеоролику по проєкту «Jump into life:)»	00,00 грн
9.	Створення сценарію, розкадровки, стайлборду (підбір візуального вигляду акторів, підготовка для них образів)	35 тис. грн
10.	Інші витрати	31 тис. грн
	<b>Разом</b>	<b>504 тис. грн</b>

*Оцінка ефективності проєкту:*

- *економічний ефект:* Прибутковість – це не основна мета, проте одна з важливих.

Адже виділений бюджет націлений на покриття організаційних витрат: оплат послуг,

рекламу;

- *соціальний ефект:* Проєкт заохочує до розвитку власних вмінь та вдосконалення знань. Також він покликаний заохотити працювати в Україні якомога більше молоді, адже країна постійно потребує фахівців в діджитал-сферах. Також це мотиваційна складова для школярів в період карантину.

Залученість до реалізації проєкту людей різних професійних сфер, серед яких знімальна група, технічні спеціалісти, дизайнер, журналісти, літературний редактор, PR-менеджер.

Поставлені роботи передбачають вдосконалення моїх особистих навичок не лише як PR-менеджера, але як фінансового спеціаліста, редактора, контентмейкера, режисера тощо.

Зазначений проєкт має широке соціальне значення. А тематика проєкту містить виховну та творчу специфіку для аудиторії дітей та студентів.

### *2.3. Масштаб проекту.*

Проект в пріоритеті націлений на внутрішню українську аудиторію.

*Міжнародний.* Комунікаційний проект націлений ознайомити не лише внутрішню аудиторію України, але й зовнішню. Інформування в тому числі міжнародної аудиторії залучить інвесторів, що зможуть допомогти у вдосконаленні проекту та його виходу на вищий-рівень.

*Загальнодержавний.* Запровадження більш ефективних комунікаційних інструментів і сам формат проекту дозволить багатьом талановитим студентам залучитись до стажування або ж роботи в цій галузі. Таким чином підняти рівень економіки країни.

*Регіональний.* Встановлення корисних соціальних відносин для більш масштабного поширення інформації по всій Україні. Розповсюдження відомостей про діяльність через регіональні засоби масової комунікації.

*Галузевий.* Розміщений контент піднімає та іноформує щодо важливих проблем соціально-комунікаційного та професійного характерів і допомагає їхньому вирішенню.

*Місцевий.* Запровадження більш ефективних комунікаційних інструментів дозволить молоді покращити власні вміння та досягнути професійних цілей.

### *2.4. Спрямованість проекту.*

Проект має соціальну спрямованість та націлений ознайомити якомога більшу цільову аудиторію з різноманітним діджитал-професій та можливих досягненнях в них.

### *2.5. Ступінь новизни.*

Комунікаційна стратегія проекту має соціально-освітнє значення. Технологічно, з точки зору новизни, проект носить модернізований характер, тобто вже наявні системи та підходи для реалізації даних проектів є вдосконаленими та оновленими.

Сама ідея комунікаційного проекту полягає у широкій і розгалуженій системі співпраці між всіма, хто створює проект (PR-менеджер, журналісти, знімальна група, дизайнер, літературний редактор тощо), що носить інноваційний характер. Адже проект може існувати тільки завдяки участі всіх сторін. Кожен з ЦА своїми

досягненнями створює поле для реалізації наших проєктів. І тільки засоби інформації володіють великою силою інформування.

Частини комунікаційної стратегії значно розширюють, доповнюють відомості про соціальну спрямованість проєкту у внутрішній комунікації шляхом залучення інтернет-мережі, соціальних мереж.

### **3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва**

#### *3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.*

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	100%
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	100%
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження	90%
- розроблено технологію, ескізний і технічний проєкт	100%
- розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	100%
- наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності	100%
- проведено соціальні дослідження	100%
- наявність матеріально-технічної бази	100%
- наявність необхідного персоналу	100%
- визначено та узгоджено фінансування проєкту	100%
- визначено та узгоджено місце виконання проєкту	100%
- інші види робіт	100%

#### *3.2. Календарний план виконання робіт за проєктом.*

Таблиця 2. План виконання робіт за проєктом.

<b>№ п/п</b>	<b>Найменування робіт</b>	<b>Виконавець</b>	<b>Термін</b>	<b>Витрати, тис. гривень</b>
1.	Розробка комунікаційних стратегій до 3 проєктів (аналіз медіаресурсів, створення контент-планів, медіапланів, бюджетування витрат, написання ключових інформаційних повідомлень для поширення медіаплатформ тощо)	Рубиш Н.В. (PR-менеджер)	3 місяці	100 тис. грн

2.	Бюджетування розміщень у соціальних мережах (Telegram, Facebook) та для національних та регіональних медіаресурсів	Рубиш Н.В. (PR-менеджер)	Протягом 22 місяців	Близько 100 тис. грн
3.	Розробка візуалізації для контенту в соціальні мережах (послуги дизайнера)	Рубиш Н.В. (PR-менеджер), дизайнер	Протягом 12 місяців	15 тис. грн
4.	Організація зйомок сюжетів на телеканалах (організація, написання брифів, погодження фінального матеріалу)	Рубиш Н.В. (PR-менеджер)	Протягом 12 місяців	Близько 150 тис. грн
5.	Розсилка релізів по базах соціальних, технічних та загально-політичних медіаресурсів	Рубиш Н.В. (PR-менеджер)	Протягом 15 місяців	3000 грн
6.	Бюджетування транспортних витрат	Рубиш Н.В. (PR-менеджер)	Протягом 22 місяців	40 тис. грн
7.	Написання, адаптація готового матеріалу, вчитка та переклад текстів для розміщення	Рубиш Н.В. (PR-менеджер), редактор	Протягом 22 місяців	30 тис. грн
8.	Організація знімальної групи для зйомки відеоролику по проєкту «Jump into life:)» (послуги монтажера)	Рубиш Н.В. (PR-менеджер), оператор	2 місяці	00,00 грн
9.	Створення сценарію, розкадровки, стайлборду (підбір візуального вигляду акторів, підготовка для них образів)	Рубиш Н.В. (PR-менеджер)	1 місяць	35 тис. грн
10.	Бюджетування додаткових витрат	Рубиш Н.В. (PR-менеджер)	Протягом 22 місяців	31 тис. грн

### 3.3. Організація заходів.

- *Стислий перелік технологічних процесів:*
  - 1) Створення контент-планів; 2) створення візуалізації (інфографік, фото) для медіаресурсів та соціальних мереж; 3) планування зйомок; 4) поширення

інформаційних повідомлень по медіаресурсах; 5) бюджетування даних проєктів; 6) написання сценарія тощо.

- *Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень:* Робота проходила в дистанційному режимі. Зйомки були виїзними. З устаткування – технічне обладнання (комп'ютерне забезпечення).

- *Кількість і кваліфікація виробничого персоналу:* Кількість людей, що працювала над створенням контенту – 4. Серед них – дизайнер (створення візуалізації для медіа та соціальних мереж), оператор, PR-менеджер, літературний редактор.

#### **4. Очікувана ефективність проєкту**

##### *4.1. Економічна ефективність проєкту.*

*Економічна доцільність реалізації проєкту.* Згідно із розписаних попередньо комерційних правил проєкт для внутрішньої комунікації спирається та виконує усі підраховані норми та непередбачувані ситуації щодо витрат та окупності. Реалізація відбувалась і буде тривати незалежно від економічної ситуації в Україні.

*Інвестиційні та членські внески.* Комерційна підтримка компанії, що ініціювала дані проєкти допомогла в реалізації цих проєктів у потрібні строки та з відповідною якістю. Економічні ризики були спрогнозовані та враховані разом з окремим бюджетом для непередбачуваних витрат.

##### *4.2. Соціальна ефективність проєкту.*

Саме соціальна ефективність проєкту – є першочерговою причиною створення проєкту. Детальніше про соціальну ефективність проєкту описувалось в пунктах вище. Додам, що одним з завдань також є залучення до програм якомога більше людей та просування ідеї, в якій йдеться про те, що не потрібно боятись своїх амбіцій та руйнувати стереотипи про досягнення висот в якомусь конкретному віці. Адже досягти чогось можна в будь-якому віці. Єдине, що важливо не зупинятись і вдосконалювати свої досягнення кожного дня і обов'язково ділитися ними і укріплювати соціальну складову нашої країни спільними зусиллями і спільним натхненням до звершень.

##### *4.3. Інші види ефектів.*

*Культурно-пізнавальний ефект.* Культурно-пізнавальний ефект в загальному проєкті, в якому я поєднала три діючих проєкта в творчому та ідейному підході до формату, його наповненості.

## 5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

### 5.1. Основні фактори ризику проєкту.

*Ризики, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації.* Серед них нестабільна політична та економічна ситуація всередині країни, внутрішньо та зовнішньо політична та економічна потреба в розробці інших важливих проєктів, фінансові коливання, нестабільність ринкової сфери, зміна соціального інтересу та потреби в необхідних для країни і зовнішнього світу речах, карантинні обмеження.

*Виробничі ризики.* Підвищення поточних витрат, технічний збій та відключення системи, погодні умови, що іноді ускладнювали проведення зйомок, інтерв'ю на виїздах, неможливість через ситуацію з карантинном – пересуватись по місту та між містами, недотримання термінів реалізації, відхилення від сценарію, ризик не потрапити в інформаційне поле зору, так як через більш актуальні новини проєкт може втратити свою актуальність.

### 5.2. Управління ризиками.

*Соціальні, економічні та виробничі ризики.*

Політична та економічна ситуації в Україні, що можуть відволікти увагу від проєкту або взагалі вплинути на скасування проєкту, адже в період карантину на такий проєкт накладено багато професійних обов'язків, що передбачають тісну комунікацію людей.

Для вирішення цього ризику розглядаються такі заходи:

- моніторинг політичної сфери в Україні;
- дотримання усіх правил карантинних обмежень (забезпечення знімальної групи, креативної групи масками та рукавичками), регулярне проведення тестів на захворювання Covid-19.
- моніторинг та фільтрація політичної інформації/пропаганди. Важливо, щоб вона ніяк не пересікалась з рекламними відеороликами політиків.

Також цілком ймовірний ризик – подібність формату.

Для вирішення цього ризику розглядаються наступні заходи:

- моніторинг проєктів ініційованих конкурентами телеком-сфери (Київстар, Vodafone);
- комунікація з медіаресурсами;
- розробка варіантів вдосконалення проєкту в процесі підготовки/зйомок.

Наведені попередньо ризики мають достатньо високий ступінь загрози для даного комунікаційного проєкту. Проте відповідний кваліфікаційний стаж працівників, технічне оснащення та повноцінна фінансова та інформаційна підтримка

унеможливили раптові ризики або ж мінімізували їх, та підтримували цей статус впродовж усіх етапів проведення клопіткого виробництва.

## ***6. Загальні висновки***

1. Закладений в цю документацію структурний опис комунікаційного проєкту — успішно реалізований у встановлені терміни з урахуванням усіх характеристик, плану розробки та організації виробництва, очікуваної ефективності та потенційних ризиків. На противагу критичним ризикам ми старались запускати діючі проєкти, що в майбутньому продовжуватимуть свій шлях і розкриватимуть потенціал якомога більшої кількості людей та професій.
2. Комунікаційна стратегія трьох діючих проєктів передбачала поширення інформації про можливість здобування освіти у діджитал-сферах та інших напрямках, з можливими досягненнями у них. А також відповідальне ставлення компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні соціальних проблем.
3. Головним напрямом проєкту є його соціальна та пізнавальна місія для ознайомлення і зміцнення ділових та дружніх зв'язків з українською молоддю, а саме з школярами, абітурієнтами та студентами.
4. Готовий варіант проєкту продемонстрований представникам внутрішніх комунікацій компанії «lifecell» та розміщений на багатьох медіаплатформах для демонстрації якомога більшій аудиторії з метою її залучення та співпраці.

## 7. Список джерел

1. Програма Jump into life:) / URL: [https://www.lifecell.ua/uk/pro\\_lifecell/kariera/programa-jump/](https://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/kariera/programa-jump/)
2. Го в lifecell Campus / URL: <https://lifecamp.com.ua/>
3. lifecell запустив змагання з успішності для школярів Хмельниччини / URL: [https://ye.ua/sypilstvo/53184\\_lifecell\\_zapustiv\\_zmagannya\\_z\\_uspishnosti\\_dlya\\_shkolyariv\\_Hmelnichchini.html](https://ye.ua/sypilstvo/53184_lifecell_zapustiv_zmagannya_z_uspishnosti_dlya_shkolyariv_Hmelnichchini.html)
4. lifecell / URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Lifecell>
5. Корпоративна соціальна відповідальність / URL: <https://ecolog-ua.com/articles/korporativna-socialna-vidpovidalnist-ce-ne-lyshe-vydatky-y-koryst>
6. Програма «Jump into life»: нові кар'єрні можливості від lifecell / URL: <https://ain.ua/2019/10/29/programma-jump-into-life-novi-karyerni-mozhливosti-vid-lifecell/>
7. lifecell запускає спеціальну акцію для студентів / URL: <https://tehnofan.com.ua/2020/09/24/lifecell-zapuskaye-spetsial%CA%B9nu-aktsiyu-dlya-uchasnykiv-lifecell-campus/>
8. Комунікаційна стратегія. Навіщо і як створювати / URL: <https://executives.com.ua/komunikatsiina-stratehiia-navishcho-i-yak-stvoriuvaty/>
9. Щедровицкая М.М. PR и СМИ // Сообщение. – 2000. – № 9. – С. 27.
10. Зінченко А.Г. Еволюція і розвиток PR: Теоретичні та методологічні основи // Редакційна стаття. – 2005. С. – 164-168.
11. Миронов Ю.Б., Крамар Р.М. Основи рекламної діяльності // Навчальний посібник. - Дрогобич: Посвіт, 2007. – С. 108.
12. Примак Т.О. PR для менеджерів і маркетологів // Редакційний матеріал. – 2020. – №6. – С. 114-137.

## ДОДАТКИ

### Додаток А. Медіаплан публікацій.

1)

Дата	Виконавець	Тематика	Вартість
<b>ЛЮТИЙ</b>			
10.02.20	Студентство КПІ	Розміщення в тг-каналах з новиною про Campus	3000
10.02.20	Вакансії без печенок (КПИ)	Розміщення в тг-каналах з новиною про Campus	2500
28.02.20	телеграм-канал "Неформальное О"	Розміщення солопосту та 30 згадок про програму для студентів - lifecell "Campus"	3000
08.02.20	<a href="http://tv7plus.com">tv7plus.com</a>	Зйомка телеканалом <a href="https://tv7plus.com/">https://tv7plus.com/</a> сюжету на тему "lifecell Академія"	10000
10.02.20	Сімейна газета	Розміщення з lifecell Академією в газеті "Сімейна газета" на пів шпальти (400 кв. см - в кольорі)	6000
11.02.20	<a href="http://ve.ua">ve.ua</a>	Розміщення на сайті <a href="https://ve.ua/">https://ve.ua/</a> з інформацією про "lifecell Академію"	1300
15.02.20	<a href="http://11tv.dp.ua">11tv.dp.ua</a>	Зйомка телеканалом <a href="https://11tv.dp.ua/">https://11tv.dp.ua/</a> сюжету на тему "lifecell Академія"	12300
20.02.20	Наше місто	Розміщення статті на тему "lifecell Академія" в газеті "Наше місто"	15000
<b>БЕРЕЗЕНЬ</b>			
06.03.20	<a href="http://zmi.ck.ua">zmi.ck.ua</a>	Розміщення новини: "lifecell нагородив переможців соціально-освітнього проекту "lifecell Академія" на сайті і репост у Facebook	6000
05.03.20	Pro.vse	Розміщення новини: "lifecell нагородив переможців соціально-освітнього проекту "lifecell Академія" на сайті і репост у Facebook	4780
11.03.20	Вечірні Черкаси	Друк в газеті (пів шпальти), розміщення на сайті і репост у Facebook новини: "lifecell нагородив переможців соціально-освітнього проекту "lifecell Академія"	6630
16.03.20	Студентство КПІ	Розміщення з новиною про lifecell Campus	1500
	Твоя мова		700
	Сообщество		590
	Словниковий запас		450
	<a href="http://studway_diem">studway_diem</a>		900
18.03.20	<a href="https://t.me/knteulive">t.me/knteulive</a> , <a href="https://t.me/kpilive">t.me/kpilive</a> , <a href="https://t.me/knustudents">t.me/knustudents</a> , <a href="https://t.me/nu_lp">t.me/nu_lp</a> , <a href="https://t.me/kpicampus">t.me/kpicampus</a> , <a href="https://t.me/eventviv">t.me/eventviv</a> , <a href="https://t.me/lviving">t.me/lviving</a> , <a href="https://t.me/kpi_work">t.me/kpi_work</a> , <a href="https://t.me/nulife">t.me/nulife</a> , <a href="https://t.me/studwaydiem">t.me/studwaydiem</a> , <a href="https://t.me/pnulife">t.me/pnulife</a> , <a href="https://t.me/smartsnakeknmu">t.me/smartsnakeknmu</a> , <a href="https://t.me/ZNU_public">t.me/ZNU_public</a> , <a href="https://t.me/nlu_live">t.me/nlu_live</a> , <a href="https://t.me/Skovoroda_university">t.me/Skovoroda_university</a> , <a href="https://t.me/Lv1256">t.me/Lv1256</a> , <a href="https://t.me/hellokyiv">t.me/hellokyiv</a> , <a href="https://t.me/medpravoua">t.me/medpravoua</a> , <a href="https://t.me/studentnure">t.me/studentnure</a> , <a href="https://t.me/khpistudents">t.me/khpistudents</a>	Розміщення на каналах в Телеграм з новиною про lifecell Campus	25000
15.03.20	<a href="http://segodnya.ua">segodnya.ua</a>	Розміщення новини про lifecell Академію до 4000 зн з пробілами на сайті <a href="https://www.segodnya.ua/">https://www.segodnya.ua/</a> (плашка Актуально, Офіційно, Новості компаній, Точка зрення) та на сторінці у Фейсбук <a href="https://www.facebook.com/segodnyaonline/">https://www.facebook.com/segodnyaonline/</a>	17000
<b>КВІТЕНЬ</b>			
08.04.20	<a href="http://Osvita.ua">Osvita.ua</a>	Спецпроект "Лайфхаки для абітурієнтів" (розміщення 3 статей)	34000

2)

Дата	Виконавець	Тематика	Вартість
<b>ЧЕРВЕНЬ</b>			
18.06.20	КНТЕУ	Розміщення в телеграм каналах з новиною про lifecell Campus	17000
	НТУ ДП		
	studwayDIEM		
	КПИ live		
	ЗНУ live		
	Студентство КПІ		
	Студгородок КПІ		
	ПНУ life		
<b>ЛИПЕНЬ</b>			
03.07.20	КНТЕУ	Розміщення в телеграм каналах з новиною про lifecell Campus	20000
	НТУ ДП		
	studwayDIEM		
	КПИ live		
	ЗНУ live		
	Студентство КПІ		
	Студгородок КПІ		
	ПНУ life		
<b>СЕРПЕНЬ</b>			
15.08.20	КНТЕУ	Розміщення в телеграм каналах з новиною про lifecell Campus	13000
	НТУ ДП		
	studwayDIEM		
	КПИ live		
	ЗНУ live		
	Студентство КПІ		
	Студгородок КПІ		
	ПНУ life		
<b>ВЕРЕСЕНЬ</b>			
03.09.20	КНТЕУ	Розміщення в телеграм каналах з новиною про lifecell Campus	13000
	НТУ ДП		
	studwayDIEM		
	КПИ live		
	ЗНУ live		
	Студентство КПІ		
	Студгородок КПІ		
	ПНУ life		

3)

Дата	Виконавець	Тематика	Вартість
<b>ТРАВЕНЬ</b>			
20.05.21	<a href="https://1podilskiy.com.ua">1podilskiy.com.ua</a>	Виготовлення та розміщення сюжету на телеканалі <a href="https://1podilskiy.com.ua/">https://1podilskiy.com.ua/</a> , на сайті та у соціальних мережах на тему запуску lifecell Академії у Хмельницькій області	3000
28.05.21	<a href="https://vitatv.com.ua">vitatv.com.ua</a>	Виготовлення та розміщення сюжету на телеканалі <a href="https://vitatv.com.ua/">https://vitatv.com.ua/</a> , на сайті та у соціальній мережі «Фейсбук» на тему завершення соціально-освітньої програми «lifecell Академія» та нагородження класу-переможця	18000
31.05.21	<a href="https://vn.20minut.ua">vn.20minut.ua</a>	Розміщення інформаційного матеріалу на тему "lifecell Академія" на сайті <a href="https://vn.20minut.ua/">https://vn.20minut.ua/</a> та на сторінці у "Фейсбук"	4000
31.05.21	<a href="https://ye.ua">ye.ua</a>	Розміщення інформаційного матеріалу на тему "lifecell Академія" на сайті <a href="https://ye.ua/">https://ye.ua/</a> та на сторінці у "Фейсбук"	3000
<b>ЧЕРВЕНЬ</b>			
04.06.21	<a href="https://048.ua">048.ua</a>	Розміщення новини "«lifecell Академія»: 277 школярів Одеської області, які перемогли в програмі, отримали рік безкоштовного мобільного зв'язку" на сайті <a href="https://048.ua">048.ua</a> та на сторінці у Фейсбук	5000
07.06.21	<a href="https://wz.lviv.ua">wz.lviv.ua</a>	Розміщення новини "Понад 200 найкращих учнів Львівщини стали переможцями «lifecell Академії» та безкоштовно користуватимуться мобільним зв'язком протягом року" на сайті <a href="https://wz.lviv.ua">wz.lviv.ua</a> або на сторінці у Фейсбук	15000
10.06.21	<a href="https://segodnya.ua">segodnya.ua</a>	Розміщення новини "lifecell запустив змагання з успішності для школярів Київщини" на сайті <a href="https://segodnya.ua">segodnya.ua</a> та на сторінці у Фейсбук	18000
04.06.21	<a href="https://056.ua">056.ua</a>	Розміщення новини "108 школярів Дніпропетровської області отримали відзнаку «lifecell Академії» та рік безкоштовного мобільного зв'язку" на сайті <a href="https://056.ua">056.ua</a> та на сторінці у Фейсбук	6500
04.06.21	<a href="https://048.ua">048.ua</a>	Розміщення новини "«lifecell Академія»: 277 школярів Одеської області, які перемогли в програмі, отримали рік безкоштовного мобільного зв'язку" на сайті <a href="https://048.ua">048.ua</a> та на сторінці у Фейсбук	5000
07.06.21	<a href="https://wz.lviv.ua">wz.lviv.ua</a>	Розміщення новини "Понад 200 найкращих учнів Львівщини стали переможцями «lifecell Академії» та безкоштовно користуватимуться мобільним зв'язком протягом року" на сайті <a href="https://wz.lviv.ua">wz.lviv.ua</a> або на сторінці у Фейсбук	15000
<b>ЛИПЕНЬ</b>			
03.07.21	-	Написання сценарію та складання сторіборду ролику з програми стажування Jump info life:.)	29000
30.07.21	-	Зйомка та монтаж відео з програми стажування Jump info life:.)	29000
10.07.21	-	Розробка стайлборду (рекомендацій з одягу та аксесуарів) для 10 героїв - акторів відео з програми стажування Jump info life:.) та супровід візажиста протягом 8 годин зйомок ролику.	5000

4)

Дата	Виконавець	Тематика	Вартість
<b>СЕРПЕНЬ</b>			
30.08.21	<a href="https://studway.com.ua">studway.com.ua</a>	Розміщення на сайті та у соціальних мережах <a href="https://studway.com.ua/">https://studway.com.ua/</a> на тему "Компанія lifecell розпочала відбір на програму стажування Jump into life"	9000
15.08.21	ЛНУ LIFE, studwayDIEM, SmartSnake ХНМУ, КНУ students   Твоя найкраща Шева, Куди піти? Львів, КНТЕУ LIVE, NLU   Live, Підслухано НУ "ЛП", Львів, ПНУ life, Так люблю той Львів, що бракує ми слів, КПИ live, Вакансії без печенек, ЗНУ live, Цікавий Київ, Студент ХНУРЗ, Skovoroda University, Медичне Право України, Студенти ХПИ <a href="https://ua">ua</a>	Розміщення інформаційного повідомлення про lifecell Campus в телеграм-каналах	15000
<b>ВЕРЕСЕНЬ</b>			
02.09.21	<a href="https://studway.com.ua">studway.com.ua</a>	Розміщення на сайті та у соціальних мережах <a href="https://studway.com.ua/">https://studway.com.ua/</a> на тему "Компанія lifecell розпочала відбір на програму стажування Jump into life"	9000
18.09.21	ЛНУ LIFE, studwayDIEM, SmartSnake ХНМУ, КНУ students   Твоя найкраща Шева, КНТЕУ LIVE, NLU   Live, Підслухано НУ "ЛП", Львів, ПНУ life, Так люблю той Львів, що бракує ми слів, КПИ live, Вакансії без печенек, ЗНУ live, Цікавий Київ, Студент ХНУРЗ, Skovoroda University, Медичне Право України, Студенти ХПИ <a href="https://ua">ua</a>	Розміщення інформаційного повідомлення про lifecell Campus в телеграм-каналах	23000
<b>ЖОВТЕНЬ</b>			
15.10.21	ЛНУ LIFE, SmartSnake ХНМУ, КНУ students   Твоя найкраща Шева, КНТЕУ LIVE, NLU   Live, Підслухано НУ "ЛП", КПИ live, Студент ХНУРЗ, Skovoroda University, Студенти ХПИ <a href="https://ua">ua</a>	Розміщення інформаційного повідомлення про lifecell Campus в телеграм-каналах	19000
18.10.21	<a href="https://dumskaya.net">dumskaya.net</a>	Зйомка сюжету телеканалом <a href="https://dumskaya.net/">https://dumskaya.net/</a> на тему "Запуск проєкта «Академія» в школах Одеської області" з построзміщення на сайті та на сторінці у Фейсбук	35000
21.10.21	<a href="http://ternopil1.com">ternopil1.com</a>	Виготовлення та трансляція сюжету на тему "lifecell запускає мотиваційну програму для шкіл невеликих населених пунктів Тернопільщини" на телеканалі <a href="http://ternopil1.com/">http://ternopil1.com/</a>	24000
<b>TOTAL</b>			<b>503150</b>

## Додаток Б. Публікації до проєкту «lifecell Академія».

### 1) Розміщення на інформаційних регіональних та національних медіаплатформах:

№	Публікації
1	<a href="https://zmi.ck.ua/oblast/303-shkolyar-cherkaschini-stali-peremojtsyami-sotsalno-osvtno-programi-lifecell-akademya.html">https://zmi.ck.ua/oblast/303-shkolyar-cherkaschini-stali-peremojtsyami-sotsalno-osvtno-programi-lifecell-akademya.html</a>
2	<a href="https://provce.ck.ua/ponad-300-shkoliariv-cherkashchyny-staly-peremozhtsiamy-sotsial-no-osvitn-oi-prohramy-lifecell-akademiia/">https://provce.ck.ua/ponad-300-shkoliariv-cherkashchyny-staly-peremozhtsiamy-sotsial-no-osvitn-oi-prohramy-lifecell-akademiia/</a>
3	<a href="http://vechirka.net/lifecell-zapustiv-zmagannya-z-uspishnosti-dlya-shkolyariv-cherkaskikh-sil">http://vechirka.net/lifecell-zapustiv-zmagannya-z-uspishnosti-dlya-shkolyariv-cherkaskikh-sil</a>
4	<a href="http://vechirka.net/303-shkolyari-cherkaschini-stali-peremozhcyami-socialno-osvitnoi-programi-lifecell-akademiya">http://vechirka.net/303-shkolyari-cherkaschini-stali-peremozhcyami-socialno-osvitnoi-programi-lifecell-akademiya</a>
5	<a href="https://ye.ua/syspilstvo/53184_lifecell_zapustiv_zmagannya_z_uspishnosti_dlya_shkolyariv_Hmelnichchini.html">https://ye.ua/syspilstvo/53184_lifecell_zapustiv_zmagannya_z_uspishnosti_dlya_shkolyariv_Hmelnichchini.html</a>
6	<a href="https://tv7plus.com/u-samchykivskij-zagalnoosvitnij-shkoli-rozpochaly-zmagannya-za-zvannya-najkrashhogo-klasu-shkoly/">https://tv7plus.com/u-samchykivskij-zagalnoosvitnij-shkoli-rozpochaly-zmagannya-za-zvannya-najkrashhogo-klasu-shkoly/</a>
7	<a href="https://11tv.dp.ua/news/20210215-startuye-proyekt-lifecell-akademiya-dlya-shkil-nevelykyh-naselenyh-punktiv.html">https://11tv.dp.ua/news/20210215-startuye-proyekt-lifecell-akademiya-dlya-shkil-nevelykyh-naselenyh-punktiv.html</a>
8	<a href="https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/lifecell-zapustil-sorevnovaniya-po-uspeshnosti-dlya-shkolnikov-kievshchiny-1512053.html">https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/lifecell-zapustil-sorevnovaniya-po-uspeshnosti-dlya-shkolnikov-kievshchiny-1512053.html</a>
9	<a href="https://www.nta.ua/kompaniya-lifecell-teper-dostupna-navit-u-malenkyh-selah/?fbclid=IwAR2wGIBXyCasjNrHD4gLeBjwZC_tJyVepfNJN489zUHwR5GrV604jrxKAU">https://www.nta.ua/kompaniya-lifecell-teper-dostupna-navit-u-malenkyh-selah/?fbclid=IwAR2wGIBXyCasjNrHD4gLeBjwZC_tJyVepfNJN489zUHwR5GrV604jrxKAU</a>
10	<a href="https://1podilskiy.com.ua/novunu/soczialna-programa-vid-lifecell-vidteper-i-v-silskyh-shkolah-internet-bezmezh/">https://1podilskiy.com.ua/novunu/soczialna-programa-vid-lifecell-vidteper-i-v-silskyh-shkolah-internet-bezmezh/</a>
11	<a href="https://www.vitatv.com.ua/oblast/lifecell-akademiya">https://www.vitatv.com.ua/oblast/lifecell-akademiya</a>
12	<a href="https://vn.20minut.ua/novini-kompanij/ponad-270-naykraschih-uchniv-vinnitskoyi-oblasti-otrimalo-vidznaku-lif-11279157.html">https://vn.20minut.ua/novini-kompanij/ponad-270-naykraschih-uchniv-vinnitskoyi-oblasti-otrimalo-vidznaku-lif-11279157.html</a>
13	<a href="https://ye.ua/syspilstvo/54726_Ponad_600_kraschih_uchniv_Hmelnickoyi_oblasti_otrimali_nagorodu_vid_lifecell.html">https://ye.ua/syspilstvo/54726_Ponad_600_kraschih_uchniv_Hmelnickoyi_oblasti_otrimali_nagorodu_vid_lifecell.html</a>
14	<a href="https://www.048.ua/news/3121355/lifecell-akademia-277-skolariv-odeskoi-oblasti-aki-peremogli-v-programi-otrimali-rik-bezkostovnogo-mobilnogo-zvazku">https://www.048.ua/news/3121355/lifecell-akademia-277-skolariv-odeskoi-oblasti-aki-peremogli-v-programi-otrimali-rik-bezkostovnogo-mobilnogo-zvazku</a>
15	<a href="https://www.056.ua/news/3121360/108-skolariv-dnipropetrovskoi-oblasti-otrimali-vidznaku-lifecell-akademii-ta-rik-bezkostovnogo-mobilnogo-zvazku">https://www.056.ua/news/3121360/108-skolariv-dnipropetrovskoi-oblasti-otrimali-vidznaku-lifecell-akademii-ta-rik-bezkostovnogo-mobilnogo-zvazku</a>
16	<a href="https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/lifecell-zapustil-sorevnovaniya-po-uspeshnosti-dlya-shkolnikov-kievshchiny-1512053.html">https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/lifecell-zapustil-sorevnovaniya-po-uspeshnosti-dlya-shkolnikov-kievshchiny-1512053.html</a>
17	<a href="https://wz.lviv.ua/news/436641-ponad-200-naikrashchykh-uchniv-lvivshchyny-staly-peremozhtsiamy-lifecell-akademii-ta-bezkostovno-korystuvatymutsia-mobilnym-zviazkom-protiahom-roku">https://wz.lviv.ua/news/436641-ponad-200-naikrashchykh-uchniv-lvivshchyny-staly-peremozhtsiamy-lifecell-akademii-ta-bezkostovno-korystuvatymutsia-mobilnym-zviazkom-protiahom-roku</a>
18	<a href="https://dumskaya.net/news/layfsel-153103/">https://dumskaya.net/news/layfsel-153103/</a>
19	<a href="https://t1news.tv/shkoly-ternopilshhyny-doyednuyutsya-do-programy-lifecell-akademiya/?fbclid=IwAR2EBocoaPoF0eBPSZZu5Tz3t_nTr55VRaNMgQ-aL6FDIVPHemh-q4jeUPA">https://t1news.tv/shkoly-ternopilshhyny-doyednuyutsya-do-programy-lifecell-akademiya/?fbclid=IwAR2EBocoaPoF0eBPSZZu5Tz3t_nTr55VRaNMgQ-aL6FDIVPHemh-q4jeUPA</a>

# а) Розміщення на національній медіаплатформі «Сьогодні»:

**СЬОГОДНІ** | Україна | Київ Харків Одеса Захід Запоріжжя Дніпро Крим Інші регіони | Мн в Google News | RU | **УКРАЇНА 24**

Протести у Києві | Штам Смітрон | Шлях у Мінск онлайн | Що зміниться 1 грудня

**УКРАЇНА 24**  
Україна 24 онлайн

## СЬОГОДНІ / Новини України

### lifecell запустив змагання з успішності для школярів Київщини

АКТУАЛЬНО  
15 березня, 11:00

Діджитал-оператор lifecell запустив соціально-освітню програму "lifecell Академія"

Проект покликаний мотивувати до навчання школярів невеликих населених пунктів Київщини. Наприкінці навчального семестру компанія нагородить найкращі класи за середнім балом успішності. Кожен учень класу-переможця отримає рік безкоштовного користування тарифним планом "Смарт Лайф" як подарунок.

Програма вже стартувала в школах с. Саліка, с. Северинівка та с. Калинове Таращанського району; с. Стайки та с. Бурти Кагарлицького району; с. Потік та с. Каралішчі Миронівського району; с. Бесідка Ставищенського району; с. Велика Каратувля Переяслав-Хмельницького району, с. Пустоварівка Сквирянського району та інших.

**СЬОГОДНІ** | Далі по темі

"Кияни, готуйте відра": на Київ насувається гроза  
12 липня, 12:00

Найближчим часом "lifecell Академію" також буде запущено в інших населених пунктах.

**УКРАЇНА 24**  
Вулиці Одеси почали прикрашати до Нового року (фото)  
22:01

Отримав 50% опіків: у Львівській області чоловік раптово загорівся, коли малював картину  
21:51

Чи можна підчепити ВІЛ на манікюрі чи в гостях у інфікованої подружки: ТОП-7 найпопулярніших міфів  
21:15

Жахлива ДТП у Закарпатській області: фура збила жінку, їй відірвало голову (фото)  
20:57

**ROZETKA**

У Маріуполі чоловік накинувся з ножом на кондукторку після прохання показати COVID-сертифікат (відео)  
20:57

Рада хоче встановити День українського борщу: як і коли відзначатимемо нове свято  
19:53

"Укрзалізниця" запускає нові потяги до Польщі – графік  
19:45

Увага, розпродаж! Найкращі пропозиції гаджетів та корисної техніки до Чорної п'ятниці  
СПЕЦПРОЕКТ

Вакцина допоможе? Як людям з ВІЛ-інфекцією захиститися від COVID-19 – список правил  
19:12

Блогери викрали дитину, щоб прославитися і чому дорожчач вершкове масло: дивимося випуск новин "Сьогодні"  
1.12.2021  
19:00

Вбіло зерном. На складі в Черкаській області трагічно загинув водій вантажівки  
18:51

Смертельна ДТП з дітьми під Дніпром: батьки просили не саджати винуватця у в'язницю  
18:50

**ФОТО ДНЯ**

Дняється! В Карпатах почалась настояща метель

Детальніше

**STOP FAKE**

COVID-19 розпоршують літаки?

Звідси з'явилась слухи

**ВЕЛИКЕ ОНОВЛЕННЯ МЕРЕЖ**

Калькуляція вартості кіловата

Україна

1,68 грн/кВт

Про нову методику тарифування

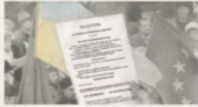
**РЕАЛЬНА МІСТКА**

Куди поїхати, щоб зустріти приважді? Ми збрали ТОП-5 найзагадковіших міст в Україні!

Донатити усі таксиди

# СЬОГОДНІ

30 РОКІВ ТОМУ



## Закордонні ЗМІ приїхали на референдум

30 листопада 1991. Понад 200 зарубіжних журналістів прибули до Києва для висвітлення Всеукраїнського референдуму і виборів президента...

Зануритись у той день



"На думку *lifesell*, технології мають бути доступними кожному, незалежно від рівня доходу та місця проживання. Безсумнівно, інтернет відкриває безмежні можливості для розвитку. Під час тривалих карантинних обмежень мережа стає вкрай необхідною для безперервного навчання. Завдяки інтернету учні мають доступ до рідкісних книг і творів мистецтва, лекцій та майстер-класів від найвідзначніших діячів сучасності, а також до безкоштовних навчальних платформ. А це вони отримують можливість читати міжнародні медіа, спілкуватися в соцмережах, замовлявати розвивальні ігри та застосунки на будь-яку тематику. Саме тому компанія вибрала тарифний план із великим обсягом гігабайтів як подарунок для талановитих школярів", — зазначили в пресслужбі оператора.

Від початку року *lifesell* значно розширив 4G-покриття на Київщині: оператор запустив швидкісний інтернет ще у 135 нових населених пунктах області. З них 132 н.п. мають населення до 5 тис. осіб та 3 н.п. – до 25 тис. осіб. Таким чином ще понад 114 тис. мешканців регіону отримали можливість користуватися

Показати ще

### перспективи карантину

Штам "Омікрон" наступає, а області бояться виходити з "червоної зони": головне про COVID-ситуацію в Україні



3

Хто покине "червону зону" вже найближчим часом? Список регіонів



11

В "Дії" вже доступні три види COVID-сертифікатів. Як отримати – інструкції



14

Коронавірус, підсумки тижня. В Україні знайшли новий підтип "Дельти", але ситуація



18

## б) Одеський інформаційний портал «048.Сайт міста Одеси»:

Вакансії Погода Недвижимість Карта міста Справочник Фотогалереї Відео-огляди Об'явлення Реклама на сайті

048 Сайт міста Одеського Новини Справочник підприємств Афіша Досуг

Повідомлення: «lifecell Академія»: 277 школярів Одеської області, які перемогли в програмі, отримали рік безкоштовного мобільного зв'язку

**ВАШ КРАЩИЙ ЗАХИСТ ВІД КОЛИВАНЬ ЦІН НА ГАЗ**

**РІЧНИЙ ТАРИФНИЙ ПЛАН «ФІКСОВАНИЙ»**  
ПІДПИСАЙТЕСЬ У ВІДПЕЧАТКІ ПАРТНЕРІВ

7,96 ГРН ЗА КУБ

НАФТОГАЗ

**«lifecell Академія»: 277 школярів Одеської області, які перемогли в програмі, отримали рік безкоштовного мобільного зв'язку**

У школах Одещини завершилася мотиваційний проєкт «lifecell Академія» від мобільного оператора lifecell. Загалом у ньому взяло участь 1839 учнів та класних керівників із 11 шкіл невеликих населених пунктів області. Впродовж навчального семестру вони змагалися за звання найкращого класу за середнім балом успішності.

За результатами програми переможцями стали 288 школярів та їхніх класних керівників. Усі вони отримали нагороди: дипломи переможця «lifecell Академія», сувеніри lifecell і цілий рік безкоштовного мобільного зв'язку з тарифними планами «Інтернет БЕЗМЕЖ» або «Смарт Лайф».

За словами представників оператора, такі стартові пакети було обрано в якості подарунку через великий обсяг гігабайтів інтернету, щоб дати учням можливість постійного доступу до глобальних ресурсів, адже інтернет відкриває безмежні можливості для розвитку та навчання.



**ПОСЛІДНІЕ НОВИНИ**

21:27 Одеськие таможенники задержали контрабандиста с тульским самоваром, ФОТО

18:21 Сколько стоит самая дешёвая BMW в Одесской области: шесть вариантов

18:01 Результат через 15 минут: одесситы узнавали свой ВИЧ-статус на вокзале, - ФОТО

17:11 Новый поезд Одесса-Измаил будет курсировать по другой графике

17:00 Вкусно, полезно и выгодно – перекусы в супермаркетах «Обжора»: секреты производства и команда суперфудов «Я ♥ fresh»  
[ПАРТНЕРСКИЙ СПЕЦПРОЕКТ](#)

16:51 В Одесской области в детском саду и в социальном центре зафиксированы вспышки острых кишечных инфекций

16:33 За тысячу от Зеленского: сколько стоят путешествия по городам Украины из Одессы на поезде и самолете

15:25 Систематически издевался над женой: жителем одесской области занялась полиция

Оскільки lifecell активно підтримує національний спорт і заохочує дітей в регіонах брати участь у різноманітних змаганнях, усі школи-учасники проєкту отримали м'ячі для гри у футбол, волейбол і регбі.

«Ми радіємо, що «lifecell Академія» допомогла мотивувати молоді до навчання. Особливо затребуваною стала програма під час карантину та віддалених занять адже доступ до інтернету є актуальним незалежно від того, де ви проживаєте — у великому місті чи селі.

Наша команда отримала безліч позитивних відгуків від школярів і вчителів, тож не зупинятиметься на досягнутому. lifecell й надалі активно розширюватиме 4G-покриття в Одеській області для того, щоб дедати більше молоді мало обмежені можливості для розвитку та навчання, які відкриває швидкісний інтернет», — зазначив Іван Ануфрієв, керівник напрямку регіональних продажів та обслуговування клієнтів lifecell.

З початку року lifecell запустив 4G ще в 303 населених пунктах Одеської області, де проживає понад 214 тис. мешканців. До кінця червня ще 179 населених пунктів області отримують швидкісний інтернет від lifecell.

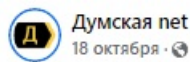
Розетка

## 2) На сторінках регіональних та національних інформаційних сайтах та телеканалах у Фейсбук:

№	Публікації
1	<a href="https://www.facebook.com/groups/yeuaogo/permalink/1735884973240311/">https://www.facebook.com/groups/yeuaogo/permalink/1735884973240311/</a>
2	<a href="https://www.facebook.com/www.ye.ua/posts/3958975007468657">https://www.facebook.com/www.ye.ua/posts/3958975007468657</a>
3	<a href="https://www.facebook.com/tv7pluskm/posts/5212427578797915">https://www.facebook.com/tv7pluskm/posts/5212427578797915</a>
4	<a href="https://www.facebook.com/192080747498567/posts/5329658333740757/?vh=e&amp;d=n">https://www.facebook.com/192080747498567/posts/5329658333740757/?vh=e&amp;d=n</a>
5	<a href="https://www.facebook.com/segodnyaonline/posts/3794935897238283">https://www.facebook.com/segodnyaonline/posts/3794935897238283</a>

6	<a href="https://www.facebook.com/watch/?v=478177800135273">https://www.facebook.com/watch/?v=478177800135273</a>
7	<a href="https://www.facebook.com/112224310477440/posts/320734119626457/?d=n">https://www.facebook.com/112224310477440/posts/320734119626457/?d=n</a>
8	<a href="https://www.facebook.com/watch/?v=478177800135273">https://www.facebook.com/watch/?v=478177800135273</a>
9	<a href="https://www.facebook.com/20minut.ua/posts/4079168652106188">https://www.facebook.com/20minut.ua/posts/4079168652106188</a>
10	<a href="https://www.facebook.com/www.ye.ua/posts/4282692381763583">https://www.facebook.com/www.ye.ua/posts/4282692381763583</a>
11	<a href="https://www.facebook.com/155313461180627/posts/4341221339256464/">https://www.facebook.com/155313461180627/posts/4341221339256464/</a>
12	<a href="https://www.facebook.com/408294012531391/posts/4752884784738937/">https://www.facebook.com/408294012531391/posts/4752884784738937/</a>
13	<a href="https://www.facebook.com/segodnyaonline/posts/3794935897238283">https://www.facebook.com/segodnyaonline/posts/3794935897238283</a>
14	<a href="https://bit.ly/3xL88K5">https://bit.ly/3xL88K5</a>
15	<a href="https://www.facebook.com/dumskayanet/posts/4966936346663355">https://www.facebook.com/dumskayanet/posts/4966936346663355</a>
16	<a href="https://www.facebook.com/watch/?v=395097462092281&amp;ref=sharing">https://www.facebook.com/watch/?v=395097462092281&amp;ref=sharing</a>
17	<a href="https://www.facebook.com/watch/?v=228272752624021">https://www.facebook.com/watch/?v=228272752624021</a>

### а) Сторінка у Фейсбук медіаплатформи «Думская» (Одеська область):



Новости компаний. «lifecell Академия»: школьники Одесской области получают год бесплатного 4G за хорошие оценки

● Софиевка — небольшое село в Одесской области. Недавно компания lifecell установила там новую базовую станцию, чтобы обеспечить жителям доступ к качественному мобильному 4G интернету.

● «С начала 2021 года компания lifecell расширила покрытие в 459 населенных пунктов Одесской области. Это дает возможность 253 тысячам абонентов получать доступ к качественному мобильному интернету», — говорит руководитель направления региональных продаж lifecell Иван Ануфриев.

● Компания привлекла учеников Софиевской школы к участию в социально-образовательной программе «lifecell Академия». В конце второй четверти лучшие из 120 школьников получают год бесплатного пользования тарифным планом «Интернет БЕЗ МЕЖ».

● Сами участники конкурса признаются, что большое количество бесплатных гигабайтов — хорошая мотивация, чтобы зарабатывать высокие баллы.

#Одеса #Одесса #Odesa #Odessa #Україна #Украина #Ukraine  
<https://dumskaya.net/news/layfcel-153103/>



**б) На сторінці у Фейсбук телеканалу «11 канал» (Дніпропетровська область):**



Стартує проєкт «lifecell Академія» для шкіл невеликих населених пунктів

11 канал  
15 февраля · 🌐 Подписаться

У середній школі села Миролоївка навчається 140 дітей. Вісім з них неодноразово перемагали у районних та обласних олімпіадах. Аби мотивувати школярів до навчання та забезпечити всебічний розвиток учнів, lifecell запустив змагання з успішності «lifecell Академія» для шкіл невеликих населених пунктів Дніпропетровщини.

Інтернет відкриває безмежні можливості для розвитку та навчання. А під час тривалих карантинних обмежень мережа й узагалі стає нагальною потребою. В кінці другого семестру компанія нагородить кращі за середнім балом успішності класи. В якості подарунку кожен учень класу-переможця отримає рік безплатного користування мобільним зв'язком за тарифним планом «Інтернет БЕЗМЕЖ» або «Смарт Лайф», що містить великий об'єм Гігабайтів. Найближчим часом програму Lifecell буде запущено й в інших селах Дніпропетровської області.

Меньше

Оставьте первый комментарий.

**3) На регіональних телеканалах:**

№	Публікації
1	<a href="https://tv7plus.com/u-samchykivskij-zagalnoosvitnij-shkoli-rozpochaly-zmagannya-za-zvannya-najkrashhogo-klasu-shkoly/">https://tv7plus.com/u-samchykivskij-zagalnoosvitnij-shkoli-rozpochaly-zmagannya-za-zvannya-najkrashhogo-klasu-shkoly/</a>
2	<a href="https://11tv.dp.ua/news/20210215-startuye-proyekt-lifecell-akademiya-dlya-shkil-nevelykyh-naselenyh-punktiv.html">https://11tv.dp.ua/news/20210215-startuye-proyekt-lifecell-akademiya-dlya-shkil-nevelykyh-naselenyh-punktiv.html</a>
3	<a href="https://www.nta.ua/kompaniya-lifecell-teper-dostupna-navit-u-malenkyh-selah/?fbclid=IwAR2wGIBXyCasjNrHD4gLeBjwZC_tJyVepfNJJN489zUHwR5GrV604jrxKAU">https://www.nta.ua/kompaniya-lifecell-teper-dostupna-navit-u-malenkyh-selah/?fbclid=IwAR2wGIBXyCasjNrHD4gLeBjwZC_tJyVepfNJJN489zUHwR5GrV604jrxKAU</a>
4	<a href="https://1podilskiy.com.ua/novunu/soczialna-programa-vid-lifecell-vidteper-i-v-silskyh-shkolah-internet-bezmezhh/">https://1podilskiy.com.ua/novunu/soczialna-programa-vid-lifecell-vidteper-i-v-silskyh-shkolah-internet-bezmezhh/</a>
5	<a href="https://www.vitatv.com.ua/oblast/lifecell-akademiya">https://www.vitatv.com.ua/oblast/lifecell-akademiya</a>
6	<a href="https://t1news.tv/shkoly-ternopilshhyny-doyednuysya-do-programy-lifecell-akademiya/?fbclid=IwAR2EBocoaPoF0eBPSZZu5Tz3t_nTr55VRaNMgQ-aL6FDIVPHemh-q4jeUPA">https://t1news.tv/shkoly-ternopilshhyny-doyednuysya-do-programy-lifecell-akademiya/?fbclid=IwAR2EBocoaPoF0eBPSZZu5Tz3t_nTr55VRaNMgQ-aL6FDIVPHemh-q4jeUPA</a>

**4) У друкованих виданнях (газетах):**

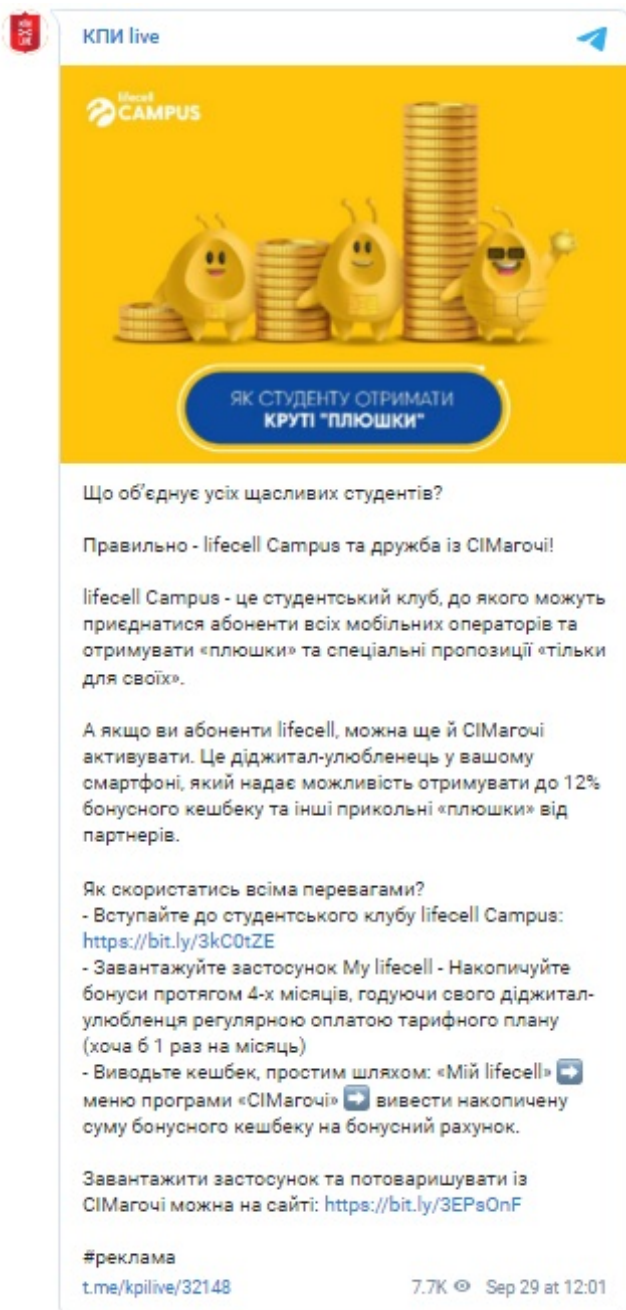


16	<a href="https://t.me/studwaydiem/5162">https://t.me/studwaydiem/5162</a>
17	<a href="https://t.me/studwaydiem/5172">https://t.me/studwaydiem/5172</a>
18	<a href="https://t.me/studwaydiem/5193">https://t.me/studwaydiem/5193</a>
19	<a href="https://t.me/studwaydiem/5216">https://t.me/studwaydiem/5216</a>
20	<a href="https://t.me/studwaydiem/5427">https://t.me/studwaydiem/5427</a>
21	<a href="https://t.me/studwaydiem/5605">https://t.me/studwaydiem/5605</a>
22	<a href="https://t.me/studwaydiem/6105">https://t.me/studwaydiem/6105</a>
23	<a href="https://t.me/studwaydiem/6106">https://t.me/studwaydiem/6106</a>
24	<a href="https://t.me/kpilive/24461">https://t.me/kpilive/24461</a>
25	<a href="https://t.me/kpilive/26257">https://t.me/kpilive/26257</a>
26	<a href="https://t.me/kpilive/26351">https://t.me/kpilive/26351</a>
27	<a href="https://t.me/kpilive/26574">https://t.me/kpilive/26574</a>
28	<a href="https://t.me/kpilive/26734">https://t.me/kpilive/26734</a>
29	<a href="https://t.me/kpilive/27368">https://t.me/kpilive/27368</a>
30	<a href="https://t.me/kpilive/27474">https://t.me/kpilive/27474</a>
31	<a href="https://t.me/kpilive/27585">https://t.me/kpilive/27585</a>
32	<a href="https://t.me/kpilive/27623">https://t.me/kpilive/27623</a>
33	<a href="https://t.me/kpilive/27688">https://t.me/kpilive/27688</a>
34	<a href="https://t.me/kpilive/32148">https://t.me/kpilive/32148</a>
35	<a href="https://t.me/kpilive/32410">https://t.me/kpilive/32410</a>
36	<a href="https://t.me/ZNU_public/5596">https://t.me/ZNU_public/5596</a>
37	<a href="https://t.me/ZNU_public/6086">https://t.me/ZNU_public/6086</a>
38	<a href="https://t.me/ZNU_public/6406">https://t.me/ZNU_public/6406</a>
39	<a href="https://t.me/kpicampus/782">https://t.me/kpicampus/782</a>
40	<a href="https://t.me/kpicampus/854">https://t.me/kpicampus/854</a>
41	<a href="https://t.me/kpicampus/857">https://t.me/kpicampus/857</a>
42	<a href="https://t.me/kpicampus/875">https://t.me/kpicampus/875</a>
43	<a href="https://t.me/kpicampus/920">https://t.me/kpicampus/920</a>
44	<a href="https://t.me/pnulife/2599">https://t.me/pnulife/2599</a>
45	<a href="https://t.me/pnulife/2656">https://t.me/pnulife/2656</a>
46	<a href="https://t.me/pnulife/2674">https://t.me/pnulife/2674</a>
47	<a href="https://t.me/pnulife/3263">https://t.me/pnulife/3263</a>
48	<a href="https://t.me/lnulife/508">https://t.me/lnulife/508</a>
49	<a href="https://t.me/studwaydiem/5605">https://t.me/studwaydiem/5605</a>
50	<a href="https://t.me/smartsnakeknmu/3139">https://t.me/smartsnakeknmu/3139</a>
51	<a href="https://t.me/knustudents/4870">https://t.me/knustudents/4870</a>
52	<a href="https://t.me/eventlviv/3786">https://t.me/eventlviv/3786</a>
53	<a href="https://t.me/knteulive/1145">https://t.me/knteulive/1145</a>

54	<a href="https://t.me/nlu_live/2031">https://t.me/nlu_live/2031</a>
55	<a href="https://t.me/nu_lp/680706">https://t.me/nu_lp/680706</a>
56	<a href="https://t.me/living/13568">https://t.me/living/13568</a>
57	<a href="https://t.me/pnulife/2858">https://t.me/pnulife/2858</a>
58	<a href="https://t.me/Lv1256/13531">https://t.me/Lv1256/13531</a>
59	<a href="https://t.me/kpicampus/920">https://t.me/kpicampus/920</a>
60	<a href="https://t.me/hellokyiv/1465">https://t.me/hellokyiv/1465</a>
61	<a href="https://t.me/studentnure/2188">https://t.me/studentnure/2188</a>
62	<a href="https://t.me/Skovoroda_university/314">https://t.me/Skovoroda_university/314</a>
63	<a href="https://t.me/medpravoua/533">https://t.me/medpravoua/533</a>
64	<a href="https://t.me/kpilive/29782">https://t.me/kpilive/29782</a>
65	<a href="https://t.me/kpi_work/1596">https://t.me/kpi_work/1596</a>
66	<a href="https://t.me/ZNU_public/6086">https://t.me/ZNU_public/6086</a>
67	<a href="https://t.me/khpistudents/1290">https://t.me/khpistudents/1290</a>
68	<a href="https://t.me/smartsnakeknmu/4181">https://t.me/smartsnakeknmu/4181</a>
69	<a href="https://t.me/Lv1256/17482">https://t.me/Lv1256/17482</a>
70	<a href="https://t.me/studwaydiem/6105">https://t.me/studwaydiem/6105</a>
71	<a href="https://t.me/hellokyiv/1539">https://t.me/hellokyiv/1539</a>
72	<a href="https://t.me/nu_lp/687073">https://t.me/nu_lp/687073</a>
73	<a href="https://t.me/living/15427">https://t.me/living/15427</a>
74	<a href="https://t.me/lnulife/539">https://t.me/lnulife/539</a>
75	<a href="https://t.me/eventlviv/4718">https://t.me/eventlviv/4718</a>
76	<a href="https://t.me/knteulive/1198">https://t.me/knteulive/1198</a>
77	<a href="https://t.me/studentnure/2623">https://t.me/studentnure/2623</a>
78	<a href="https://t.me/ZNU_public/6406">https://t.me/ZNU_public/6406</a>
79	<a href="https://t.me/nlu_live/2495">https://t.me/nlu_live/2495</a>
80	<a href="https://t.me/kpilive/32148">https://t.me/kpilive/32148</a>
81	<a href="https://t.me/knustudents/5033">https://t.me/knustudents/5033</a>
82	<a href="https://t.me/pnulife/3263">https://t.me/pnulife/3263</a>
83	<a href="https://t.me/khpistudents/1635">https://t.me/khpistudents/1635</a>
84	<a href="https://t.me/Skovoroda_university/367">https://t.me/Skovoroda_university/367</a>
85	<a href="https://t.me/medpravoua/790">https://t.me/medpravoua/790</a>
86	<a href="https://t.me/lnulife/544">https://t.me/lnulife/544</a>
87	<a href="https://t.me/smartsnakeknmu/4277">https://t.me/smartsnakeknmu/4277</a>
88	<a href="https://t.me/knustudents/5047">https://t.me/knustudents/5047</a>
89	<a href="https://t.me/knteulive/1200">https://t.me/knteulive/1200</a>
90	<a href="https://t.me/nu_lp/687784">https://t.me/nu_lp/687784</a>

91	<a href="https://t.me/nlu_live/2552">https://t.me/nlu_live/2552</a>
92	<a href="https://t.me/kpilive/32410">https://t.me/kpilive/32410</a>
93	<a href="https://t.me/studentnure/2759">https://t.me/studentnure/2759</a>
94	<a href="https://t.me/Skovoroda_university/378">https://t.me/Skovoroda_university/378</a>
95	<a href="https://t.me/khpistudents/1730">https://t.me/khpistudents/1730</a>

а) Канал в Телеграм університету КПІ ім. Ігоря Сікорського «КПІ live»:



б) Освітній канал в Телеграм «studwayDIEM»:

studwayDIEM

lifecell CAMPUS

СТАВАЙ ЧАСТИНОЮ  
LIFECELL CAMPUS ТА ВИГРАВАЙ  
ПОДАРУНКИ!

#знижки #онлайн

👤 Можливість виграти одну з 5 екторбинок чи 5 футболок, а також отримати знижки на шопінг, навчання та інше!

**Умови:**

- ◆ зареєструватися у lifecell Campus із чинним студентським квитком
- ◆ це доступно для абонентів усіх мобільних операторів
- ◆ підписуйся та бери участь в акції за посиланням

📱 Акція діє до 30 серпня 2020 року на території України (окрім тимчасово окупованих та непідконтрольних територій)

t.me/studwaydiem/5100 3.9K 👁 Aug 17, 2020 at 11:00

## 2) Публікації на освітніх ресурсах:

№	Публікації
1	<a href="https://osvita.ua/school/72787/">https://osvita.ua/school/72787/</a>
2	<a href="https://osvita.ua/vnz/high_school/73247/">https://osvita.ua/vnz/high_school/73247/</a>
3	<a href="https://osvita.ua/vnz/student_life/73691/">https://osvita.ua/vnz/student_life/73691/</a>

## а) Освітня медіаплатформа «Osvita.ua»:



## Додаток Г. Активності до проєкту «Jump into life:».

### 1) Розробка сценарію, розкадровки та стайлборду:

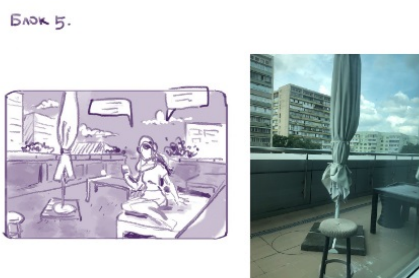
№	Посилання
1	<a href="https://docs.google.com/document/d/1PSEXkEI97LTlABSLpoWkFVpCsq40uVvszKnaA1bE0i4/edit#">https://docs.google.com/document/d/1PSEXkEI97LTlABSLpoWkFVpCsq40uVvszKnaA1bE0i4/edit#</a>
2	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1AGpoPjpohtNqjB7b80Gd8LnNoOs0sRbY?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1AGpoPjpohtNqjB7b80Gd8LnNoOs0sRbY?usp=sharing</a>

а) Уривок сценарію та розкадровки:



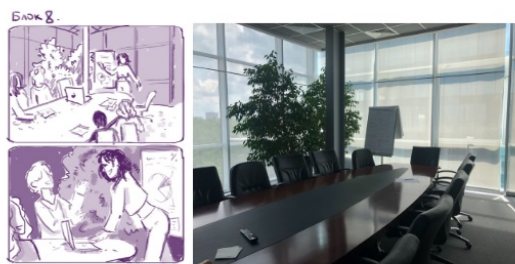
КАДР	ТЕКСТ/НАЧИТКА
<p>Перший кадр - logo lifecell  <a href="https://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/pres-tsentr/logotipi-lifecell/">https://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/pres-tsentr/logotipi-lifecell/</a></p> <p>Героїня шукає програму стажування. Знаходить Jump into life:) Заповнює анкету та відправляє своє резюме. Вона бере участь у онлайн інтерв'ю з HR і знайомиться з майбутнім ментором.</p>	<p>Jump into life:) – це соціально-освітня програма мобільного оператора lifecell, яка веде свою історію з 2009 року. Її мета - відкрити можливості компанії для талановитих студентів та показати, що таке робота в телекомунікаційній галузі та обраній професії</p> <p>Щоб взяти участь у програмі стажування, молоді таланти відповідають на питання в анкеті, надсилають її разом з резюме і проходять відбір.</p>

б) Уривок сценарію на розкадровки:



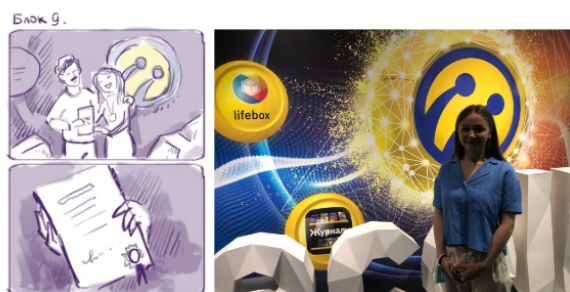
КАДР	ТЕКСТ/НАЧИТКА
<p>Героїня, одягнувши навушники, спілкується по телефону зі своїм куратором. Студенти можуть навчатися де їм зручно, особливо на свіжому повітрі</p>	<p>На початку стажування студенти проходять різноманітні тренінги, виконують практичні завдання, навчаються фокусуватися на досягненні індивідуального результату, а також ознайомлюються з повним циклом ведення бізнесу й особливостями роботи в міжнародній компанії.</p>

в) Уривок сценарію та розкадровки:



КАДР	ТЕКСТ/НАЧИТКА
Фінальний івент - випускний. Захист <u>групового проєкту</u> . Вітання від куратора та співробітників компанії.	Захист фінальної роботи – важлива подія для кожного студента. Після успішного захисту роботи студенти отримують сертифікати. Загалом за роки існування цієї ініціативи вже понад 400 майбутніх фахівців успішно пройшло навчання в компанії.

г) Уривок сценарію та розкадровки:

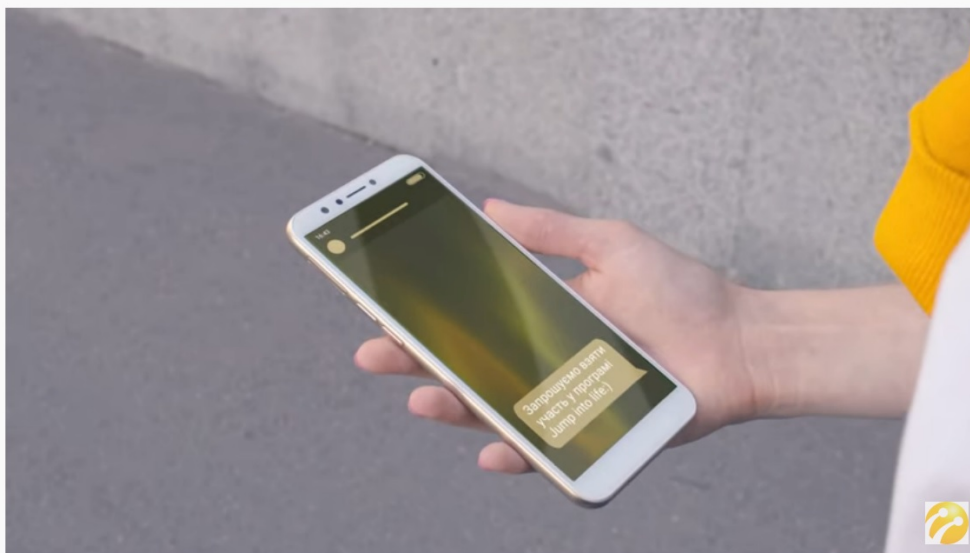


КАДР	ТЕКСТ/НАЧИТКА
Студентці вручають офер в офісі.	Найкращим студентам пропонують працевлаштування в компанії lifecell. Понад 30% найкращих випускників уже приєдналися до її команди.

2) Розміщення інформації про програму та промо-ролик на каналі в Телеграм, на сторінках у Фейсбук, на медіаплатформі, на каналі в Ютуб:

№	Посилання
1	<a href="https://diem.studway.com.ua/d/kompaniya-lifecell-rozpochala-vidbir-na-progra/">https://diem.studway.com.ua/d/kompaniya-lifecell-rozpochala-vidbir-na-progra/</a>
2	<a href="https://t.me/studwaydiem/6106">https://t.me/studwaydiem/6106</a>
3	<a href="https://www.facebook.com/watch/?v=600314944682576&amp;ref=sharing">https://www.facebook.com/watch/?v=600314944682576&amp;ref=sharing</a>
4	<a href="https://www.facebook.com/lifecellua/videos/597965394562749">https://www.facebook.com/lifecellua/videos/597965394562749</a>
5	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MDk6wvO10I4">https://www.youtube.com/watch?v=MDk6wvO10I4</a>

а) Уривок відеоролику:



Стажування в lifecell – Jump into life:)

1 648 просмотров • 21 сент. 2021 г.

👍 19    🗨 НЕ НРАВИТЬСЯ    ➦ ПОДЕЛИТЬСЯ    ≡ СОХРАНИТЬ    ...

### б) Уривок відеоролику:



### в) Уривок відеоролику:



Стажування в lifecell – Jump into life:)

1 648 просмотров · 21 сент. 2021 г.

👍 19    🗨 НЕ НРАВИТСЯ    ➦ ПОДЕЛИТЬСЯ    ≡+ СОХРАНИТЬ    ...