

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра видавничої справи та редагування

Створення і просування проєкту «The Big Investor»
на тему фінансової грамотності у сфері фондового ринку

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
студентки 4 курсу
спеціальності 061 «Журналістика»
ОПП «Медіапродюсування»
Орлової Анастасії Олегівни

Науковий керівник
асистент кафедри Видавничої справи та редагування
Погорелов Олексій Валерійович

Робота рекомендована до захисту
на засіданні кафедри видавничої справи та редагування
протокол № _____ від «___» _____ 2021 р.
_____ зав. кафедри Теремко В. І.

Київ – 2021

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Опис проєкту	5
Аналіз ринку	7
Специфікація аудиторії.....	9
Розробка та впровадження контенту.....	12
Просування проєкту.....	14
Висновки	16
Список використаних джерел	19
Додатки.....	20

ВСТУП

Культура інвестування у світі активно розвивається. Піклуючись про своє майбутнє, молоде покоління прагне не лише знайти основне джерело заробітку, але і мати активи, що працюватимуть на нього. Найбільш привабливим джерелом для пасивного заробітку нині є інвестиції в фондовий ринок. Проте здійснення операцій з купівлі та продажу цінних паперів для некваліфікованого інвестора пов'язане з дуже високими ризиками, тому необхідність вивчення основ фінансової грамотності та розуміння роботи фондового ринку є необхідними для ефективного управління своїми грошима.

Таким чином, головною ідеєю проекту «The Big Investor» є створення інформаційно-навчального ресурсу з метою підвищення обізнаності зацікавлених у сфері інвестицій молодих людей. Автором ідеї є студент економічного факультету Цюрихського університету, який має кількарічний досвід роботи в трейдингу та бажає поділитися власним досвідом та знаннями в цій сфері.

Актуальність проекту полягає в тому, що більшість зацікавлених в інвестиціях людей часто не знають, з чого почати. Створення подібного ресурсу допоможе їм не лише підвищити свої знання, але і дасть змогу отримати корисні поради від досвідченої в цій сфері людини.

Головною відмінністю проекту від інших є його унікальність. Автор має на меті не лише публікувати навчальний контент, але і робити аналіз компаній, ділитися фрагментами з власного портфоліо і, як результат, мати авторитет серед новачків в цій справі.

За для успішної реалізації ідеї потрібна база навичок та знань у створенні та просуванні медіапроектів. Саме тому цей пре-стартап був обраний темою даної кваліфікаційної роботи.

Відтак, робота над реалізацією проєкту передбачає виконання наступних завдань:

- проаналізувати ідею проєкту, визначитися з можливостями його втілення;
- дослідити ринок та визначити цільову аудиторію проєкту;
- розробити візуальну концепцію проєкту;
- розробити детальний контент-план на 3 місяці;
- створити сторінку проєкту та почати роботу над нею;
- провести роботу з просування, залучити першу аудиторію та підвищити пізнаваність бренду;
- оцінити перші результати та визначитися з планами щодо подальшої роботи проєкту.

Хронологічні рамки виконання поставлених цілей та задач – березень/травень 2021 року.

Для захисту бакалаврської роботи та оцінки результатів буде представлений готовий проєкт, що відповідатиме усім поставленим задачам.

ОПИС ПРОЄКТУ

«The Big Investor» в перекладі на українську – «Великий інвестор». Така назва є простою, але вона звучить впевнено, з перших секунд вселяє довіру до потенційного підписника. Слоганом проєкту також було обрано досить гучну фразу – «Invest Big = Earn Big» («Багато інвестуєш = багато заробляєш»), що має на меті змусити людину залишитися на сторінці й поцікавитися тим, що гарантовано принесе їй прибуток.

Мовою проєкту обрана англійська, оскільки вона є інтернаціональною. По-перше, це аргументується різними рідними мовами автора проєкта (німецька) та його реалізатора (українська). По-друге, такий вибір значно розширить аудиторію, не звужуючи її до певного мовного регіону.

Для початку реалізації проєкту першим чином потрібно визначитися з платформою. Оскільки він орієнтований в першу чергу на молодшу аудиторію, логічним у якості платформи обрати сторінку в соціальній мережі. Згідно з дослідженням Лондонської школи економіки та політичних наук, представники молодого покоління віддають перевагу соціальній мережі Instagram, ніж, наприклад, Facebook чи Twitter [1].

Іншою перевагою власне цієї соціальної мережі є можливість поширення різного виду контенту: тут можна публікувати фото та відео, є можливість додання текстового контенту, можливо залишати посилання на корисні сайти чи сторінки тощо. Також Instagram вважається однією з найкращих платформ для постійного підтримування контакту з аудиторією.

Для створення сторінки був обраний бізнес-акаунт, який має набір інструментів як для ефективної роботи з контентом, так і для просування проєкту [2].

За для подальшої реалізації проекту, а саме визначення з його контентною базою, розробкою фірмового стилю та створення контент-плану потрібно провести аналіз ринку та промоніторити конкурентів, визначити їхні переваги та недоліки.

АНАЛІЗ РИНКУ

Ще декілька років тому соціальні мережі були виключно платформою для комунікації з друзями та обміну фотографіями. Проте на сучасному етапі розвитку спостерігається масове введення соціальних мереж в усі сфери життя, в тому числі і в сферу освіти.

На економічну чи політичну тему в соціальній мережі Instagram існує чимало проєктів. Тут наявні сторінки як відомих та авторитетних видань, таких як The Economist (@theeconomist), Bloomberg (@bloombergbusiness) чи Wall Street Journal (@wsj), що виконують новинну функцію, так і невеликі проєкти початкових трейдерів, що знаходяться в стадії активного розвитку.

Оскільки головною ідеєю проєкту «The Big Investor» є створення перш за все інформаційно-навчального ресурсу, під прямою конкуренцією в даному випадку мається на увазі друга категорія наявних проєктів. Для створення нового проєкту було проаналізовано та виявлено їхні ключові фактори успіху, якими можна сміло керуватися при створенні нового проєкту.

«The Investing Beast» (@theinvestingbeast) є досить авторитетною сторінкою, запорукою успіху якої є публікація різного виду контенту, актуального для аудиторії, зацікавленої в інвестиціях в фондовий ринок. Проєкт також має дуже вдале візуальне оформлення (див. додаток 1).

Проєкт «Small Step Finance» (@smallstepfinance) є прикладом неймовірно вдалої комунікації з аудиторією – автор спілкується з підписниками як з друзями, на сторінці панує позитивна атмосфера. Завдяки цьому проєкт є досить популярним серед сторінок подібного сегменту (див. додаток 2).

«Let's Talk Stocks» (@letstalkstocks_) – проєкт, у якому авторка ділиться не лише навчальним контентом, але і власним портфоліо та показує свої результати. Завдяки цьому вона має довіру та авторитет серед аудиторії (див. додаток 3).

«Let's Learn Wealth» (@letslearnwealth) – сторінка з власне навчальним контентом, що користується попитом серед новачків, адже дає їм можливість вивчити принципи роботи фондового ринку та основні терміни, що знадобляться в майбутній роботі (див. додаток 4).

«Bitbull Aktientrends» (@bitbull.aktientrends) є німецькомовним проєктом, автор якого сфокусований на аналізі представлених на фондовому ринку компаній. Проєкт користується попитом серед інвесторів, адже контент дає можливість не лише почути сторонню думку з приводу тієї чи іншої компанії, але і відкрити для себе нові перспективні шляхи інвестування коштів (див. додаток 5).

Виявлення ключових факторів успіхів конкурентних сторінок дало змогу створити базу для подальшої реалізації проєкту, що детально описана в наступних розділах роботи.

СПЕЦИФІКАЦІЯ АУДИТОРІЇ

Загально проєкт «The Big Investor» розрахований на молодих людей, зацікавлених в інвестиціях в фондовий ринок. Проте конкретизуючи власне цільову аудиторію, варто враховувати низку важливих факторів.

По-перше, левина доля приватних інвесторів в фондовий ринкок – громадяни розвинутих країн. Пояснити це можна тим, що економіка цих країн первинно націлена на капіталістичні способи нагромадження капіталу. Тривала історія функціонування фондових ринків в цих країнах вже встигла вселити довіру та залучити велику частину населення у світ біржових інвестицій. Так, за даними дослідження соціального інституту Gallup, у 2019 році майже 55% населення США були власниками акцій тих чи інших компаній [3].

До того ж інвестування – це перш за все вкладення грошей, а для вигідного і надійного виходу на фондовий ринок потрібна початкова сума у мінімум 1000\$ (інформація наведена на основі власних спостережень автора проєкту). Студент, що працює на пів ставки чи випускник університету, що знаходиться на початку кар'єрного шляху, зазвичай отримує мінімальну чи середню заробітну плату. Для порівняння – громадяни Австрії отримують середній заробіток 2.492\$, тим часом як в Україні цей показник дорівнює лише 445\$ [4]. Цим можна пояснити чому потенційними інвесторами в фондовий ринок є резиденти країн з розвинутою економікою.

По-друге, найчастіше люди, які цікавляться інвестиціями, мають вищу освіту та широке коло інтересів. Це аргументується фактом ризику власними фінансами, а тому для побудови ефективної стратегії інвестування потрібно орієнтуватися не лише в економіці, але і сучасних світових процесах в усіх сферах життя.

Нагадаємо, що проєкт представлений у соціальній мережі Instagram, основною аудиторією якого є користувачі віком від 18 до 34 років [5].

Підсумовуючи вищезазначені факти, загальна характеристика потенційного споживача виглядає наступним чином:

Демографічні чинники	
Стать	Чоловіки, жінки
Вік	18-34 років
Географічні чинники	
Національність	Переважно громадяни розвинутих країн. Рідше, громадяни країн, що розвиваються
Мова	Люди, що володіють англійською мовою на середньому та вищому рівні
Соціальні чинники	
Види діяльності	Студенти, кар'єристи
Рівень освіти	Вища освіта
Соціальний клас	Представники середнього та вищого соціального класу
Рівень доходів	Середній та вище середнього
Психологічні чинники	
Коло інтересів	Максимально різноманітне, люди орієнтуються в сучасних світових тенденціях

За для конкретного опису цільової аудиторії проєкту, було складено портрети споживача. Вони виглядають наступним чином:

Портрет №1

Северін Шмід, 22 роки. Громадянин Швейцарії, мешкає в Цюріху. Навчається на факультеті права в національному університеті. Мешкає з родиною, поки продовжує навчання. Працює на пів ставки в банку Швейцарії, звідси отримує знання з фінансової грамотності.

Северін має великі плани на майбутнє, планує купівлю власного житла та автомобіля. За для забезпечення власних життєвих цілей хлопець цікавиться тим, як примножити зароблені кошти та мати власний капітал на момент початку повністю самостійного життя. За для цього він інвестує в фондовий ринок і багато часу приділяє його вивченню, в тому числі через соціальні мережі.

Підписка на проєкт «The Big Investor» стане для нього додатковим джерелом інформації та новин.

Портрет №2

Крістіна Ковальська, 26 років. Громадянка Польщі, мешкає в Гданську. Має вищу освіту у сфері журналістики та успішно спрацює на центральному телеканалі.

Дівчина дуже ретельно ставиться до власних фінансів, вона шукає сучасні способи інвестування та примноження грошей. У вільний час вона вивчає фондовий ринок та планує інвестувати свій капітал в акції.

Підписка на проєкт «The Big Investor» стане для неї одним з джерел здобуття інформації у цьому питанні.

РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ КОНТЕНТУ

Важливою задачею автора стала розробка контентної бази майбутнього проєкту. Проаналізувавши ринок та конкурентів, ним було чітко визначено декілька блоків інформації, що відповідають ідеї проєкту, – публікуватимуться аналізи компаній, розміщуватиметься дані з власного портфоліо, а також контент з базовими поняттями роботи фондового ринку.

Згідно з маркетинговими дослідженнями, увагу потенційного споживача привертає не лише якісний контент, але і візуальний вигляд проєкту [6], тому велика увага приділилася створенню його візуальної концепції. В редакторі Adobe Illustrator було розроблено:

- логотип, як ексклюзивне зображення проєкту. Логотип є чітким, має артоб'єкт на задньому фоні, що зображує висхідний графік, а також містить назву проєкту чи його варіації (див. додаток 6);
- фірмові кольори проєкту (див. додаток 7);
- шрифт Museo Sans Cyril (див. додаток 8);
- шаблони для публікацій.

На цьому етапі важливим є продумати не лише особливості оформлення публікацій, але і загального вигляду майбутньої сторінки. Для цього було використано мобільний додаток Inpreview. Це зроблено з метою чіткого розподілення інформаційних блоків, зробивши зручну навігацію на сторінці проєкту (див. додаток 9).

Після старту сторінки в соціальній мережі, головним завданням є її наповнення контентом. Для цього розроблений контент-план, в якому наочно видно, що конкретно буде опубліковано, коли і в якому вигляді (див. додаток 10).

Так, основним видом контенту є публікації, вони містять унікальну інформацію та є цінними для аудиторії. Такий вид контенту є запланованим, він чітко прописаний в контент-плані. Історії є допоміжним інструментом, їх регулярна публікація відіграє важливу роль у просуванні проєкту. «Фішка формату полягає в тому, що такі публікації зникають через 24 години, вони не засмічують новинну стрічку та дозволяють підтримувати зв'язок з аудиторією протягом всього дня. Головне – використовувати Stories системно, адже одна публікація на день може залишитися непоміченою, а 10 – змусити пропустити контент, не приділяючи йому уваги взагалі» [6].

Контент було вирішено публікувати двічі на день – вранці (10-11 година) та ввечері (18-20 година). Оскільки в ранковий та денний час більшість людей зайняті роботою, в цей час публікуватимуться Stories, вони міститимуть анонси майбутніх публікацій, новини та невеликі опитування. На меті цього мається зацікавити аудиторію і змусити її повернутися на сторінку пізніше, ввечері, оскільки цей час є найкращим для публікації інформативного контенту, адже стрічка новин продивляється краще і їй приділяється більше уваги [7].

Одночасно з активним наповненням сторінки контентом починається робота з її просування.

ПРОСУВАННЯ ПРОЄКТУ

Виведення проєкту на конкурентоспроможний рівень не є можливим без заходів, направлених на його просування. За для визначення стратегії з просування проєкту потрібно чітко зазначити цілі, які маємо на меті досягти станом на кінець травня 2021 року. Так, головною ціллю проєкту є активне залучення аудиторії: на меті маємо залучити 500 реальних підписників. Іншою важливою ціллю є асимілювання сторінки в соціальній мережі, підвищення її впізнаваності та рівня довіри до неї.

Бізнес-акаунт в Instagram дозволяє використовувати низку інструментів для просування сторінки. Зазвичай це платні методи, які дозволяють рекламувати контент сторінки потенційній аудиторії. Проте існує і низка безоплатних, але ефективних методів просування, які також допоможуть значно підвищити кількість підписників на сторінці. Обрання методів просування залежить від низки факторів, основними з яких є як наповненість сторінки контентом, так і залучення грошових ресурсів. Таким чином просування проєкту розбито на 2 частини, вони прописані в контент-плані (див. додаток 10).

1 етап просування

Найпершою методикою просування проєкту є, так званий, маслайкінг. Даний метод набуття підписників є досить ефективним, адже масово ставлячи лайки та пишучи коментарі під публікаціями на сторінках непрямих конкурентів та потенційних підписників привертається не лише їхня увага, але і підвищується активність сторінки.

Іншим ефективним методом залучення аудиторії є використання популярних тематичних хештегів, додавати які вирішено в опис кожної публікації. Таким чином, публікація з'являється одразу і в пошуку за хештегом, і в новинній стрічці тих, хто підписаний на цей хештег.

Також про створення проєкту анонсовано на особистих сторінках авторів та їхніх друзів, підтримка яких є важливою на початкових етапах функціонування проєкту.

2 етап просування

Коли сторінка наповнена контентом та вже має певну аудиторію, починається наступний етап її просування, а саме налаштування таргетованої реклами. За для налаштування цього виду просування виділено грошову суму – 50\$ на місяць.

За для налаштування якісної таргетованої реклами розроблений окремий контент – відеоролік в обрізці 9:16 (відповідає розміру Instagram Stories). Він не містить власне контент сторінки, але показує наочні докази профіту автора у торгівлі акціями на фондовому ринку, що повинно стати тригером – аудиторія зацікавлена цими результатами та бажає досягти таких самих результатів.

Іншим елементом просування проєкту є, так званий, взаємний піар. Такий метод не передбачає грошових вкладень, оскільки просування відбувається на взаємовигідних умовах. Пропозиції щодо співпраці були надіслані непрямым конкурентам, тобто тим, хто публікує контент на тему фінансів, але переслідує інші цілі.

Таким чином, за період квітня/травня взаємний піар був проведений з двома проєктами: фінансовим блогом Exclusive Income (@exclusive_income) та німецькомовним проєктом Bitbull Aktintrends (@bitbull.aktintrends), в результаті чого на сторінку загально підписалося 67 облікових записів.

ВИСНОВКИ

Робота над реалізацією проєкту «The Big Investor» була розпочата в березні 2021 року. Його головною ідеєю було створення інформаційно-навчального ресурсу з метою підвищення фінансової грамотності серед зацікавлених у сфері інвестицій людей.

Перед початком реалізації проєкту ідея автора була детально проаналізована, робота включала в себе аналіз ринку та потенційних конкурентів, була визначена вільна ніша для створення нового проєкту. Чітко була визначена і цільова аудиторія проєкту.

За для реалізації проєкту на цифровій платформі була створена візуальна концепція сторінки. Попередньо був складений контент-план, за яким відбувся старт на робота проєкту.

Важливим етапом роботи стала робота з просування проєкту, яка мала на меті реалізувати головні цілі проєкту.

Станом на кінець травня можна заявити про наступні результати роботи:

- проєкт «The Big Investor» успішно реалізований в соціальній мережі Instagram;
- сторінка налічує 50 основних публікацій та закріплені історії, вона виглядає візуально повною;
- загальна аудиторія налічує 850 реальних акаунтів в підписах, що значно перевищує початковий план;
- аудиторія сторінки є активною, під публікаціями ми бачимо коментарі (див. додаток 11). Аудиторія вважає думку автора авторитетною, за час існування проєкту було отримано чимало запитів на аналіз конкретних компаній (див. додаток 12).

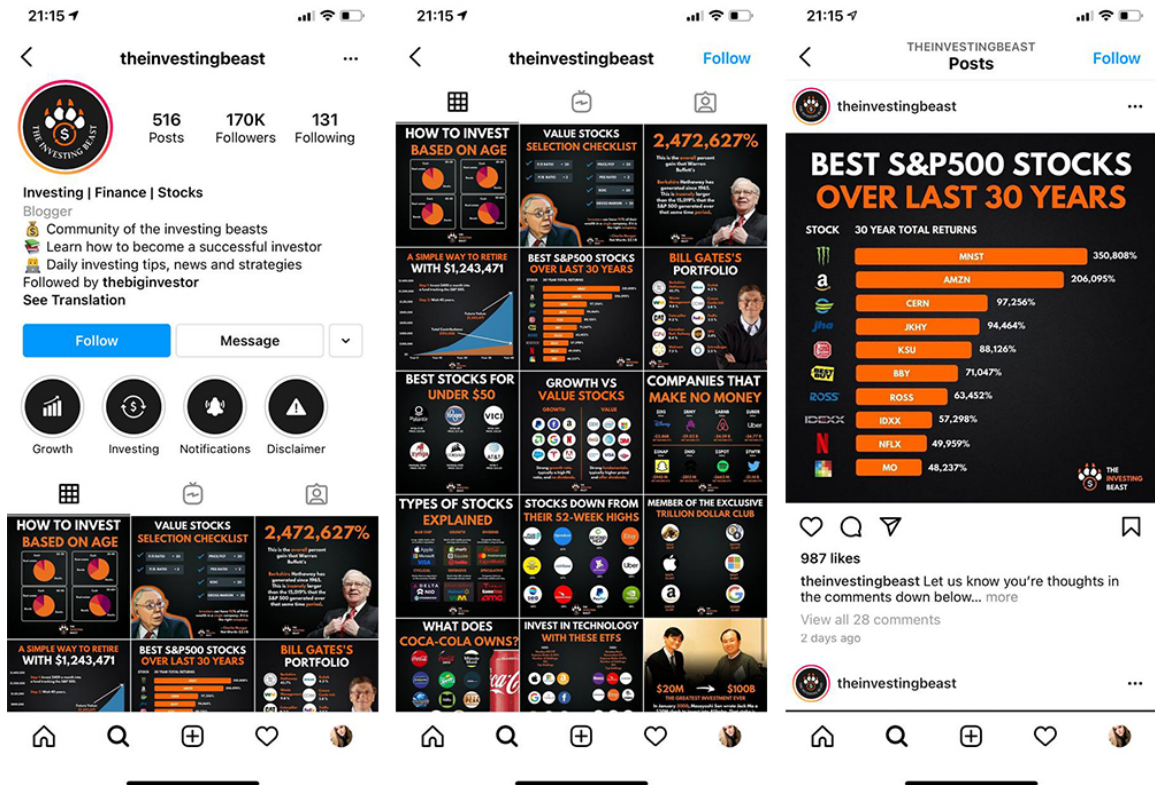
Підсумовуючи виконані роботи, можна зазначити, що проєкт «The Big Investor» успішно пройшов фазу впровадження на ринок. Початковий задум автора успішно втілено, сторінка відповідає його очікуванням та має усі перспективи для подальшої роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

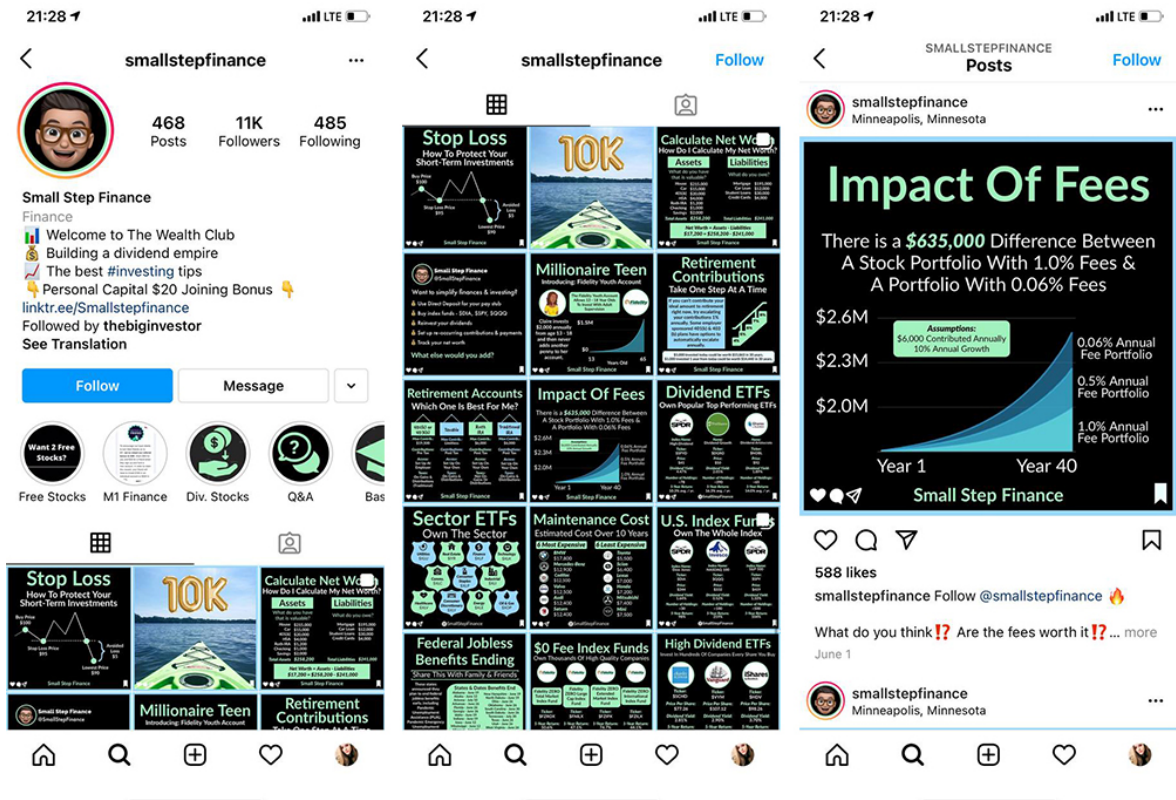
1. Social Media Platforms and Demographics / The London School of Politics and Science – URL: <https://info.lse.ac.uk/staff/divisions/communications-division/digital-communications-team/assets/documents/guides/A-Guide-To-Social-Media-Platforms-and-Demographics.pdf>
2. How to Use Instagram for Business: A Practical Step-by-Step Guide: 8 квітня 2021 / Christina Newberry, Katie Sehl // Hootsuite – URL: <https://blog.hootsuite.com/how-to-use-instagram-for-business/>
3. What Percentage of Americans Owns Stock? / Lydia Saad // Gallup – URL: <https://news.gallup.com/poll/266807/percentage-americans-owns-stock.aspx>
4. Rankings by Country of Average Monthly Net Salary (After Tax) (Salaries And Financing) – URL: https://www.numbeo.com/cost-of-living/country_price_rankings?itemId=105
5. Distribution of Instagram users worldwide as of January 2021, by age group – URL: <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
6. Instagram для бизнеса: 40 хаков и готовых решений – М.: Интернет-маркетинг, 2017 – 82 с, 52 с.
7. Находим лучшее время для публикации в Instagram / Popsters – URL: <https://popsters.ru/blog/post/luchshee-vremya-dlya-publikacii-v-instagram>

ДОДАТКИ

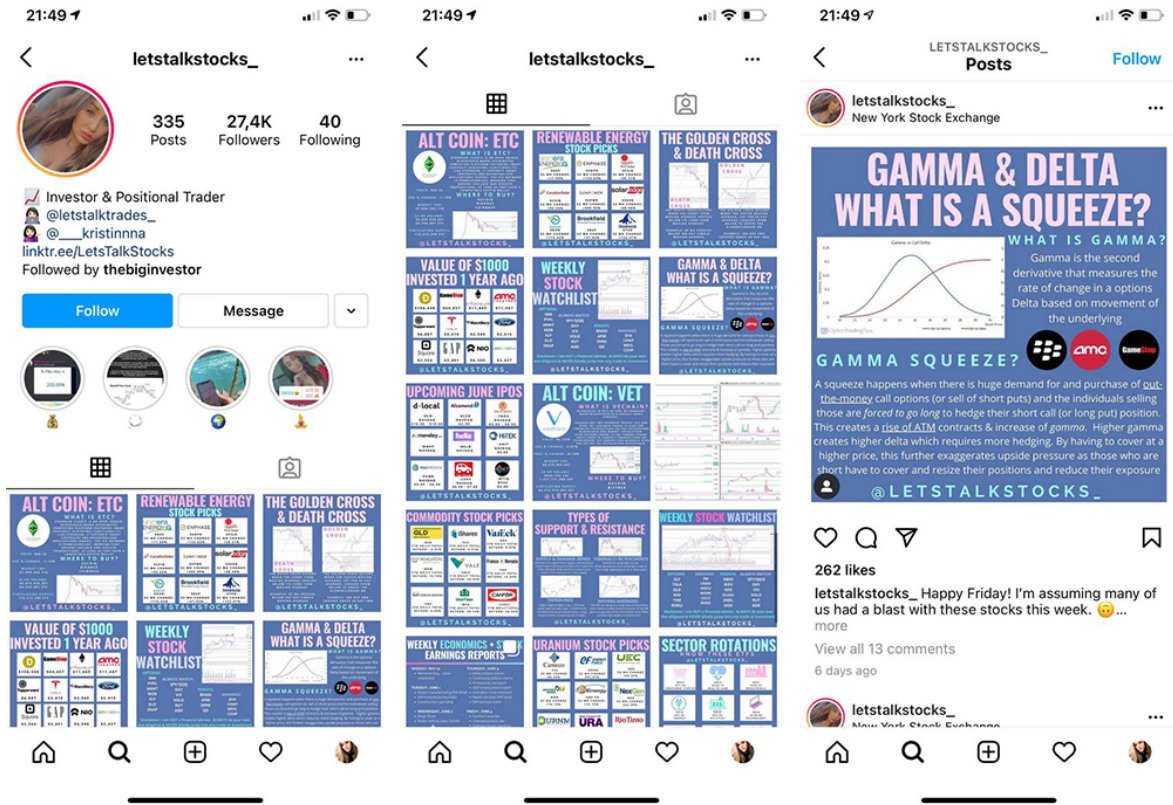
Додаток 1



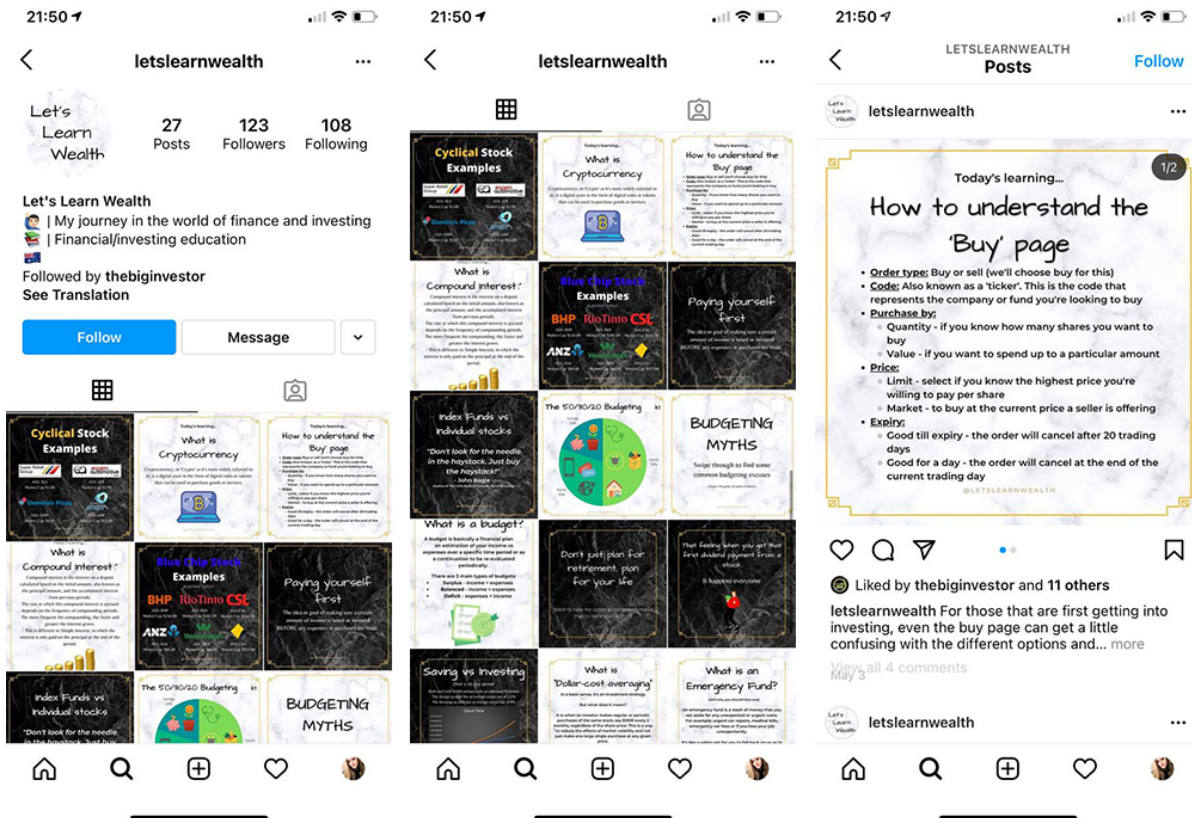
Додаток 2



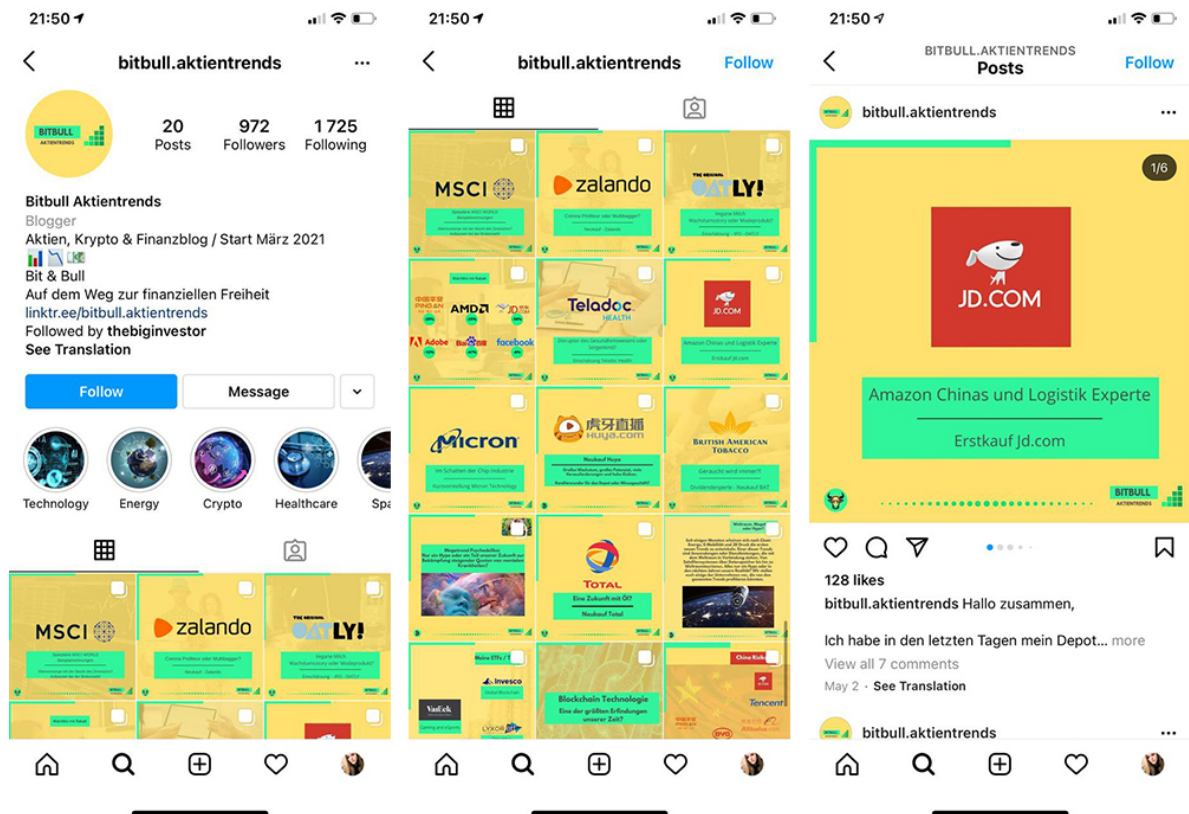
Додаток 3



Додаток 4



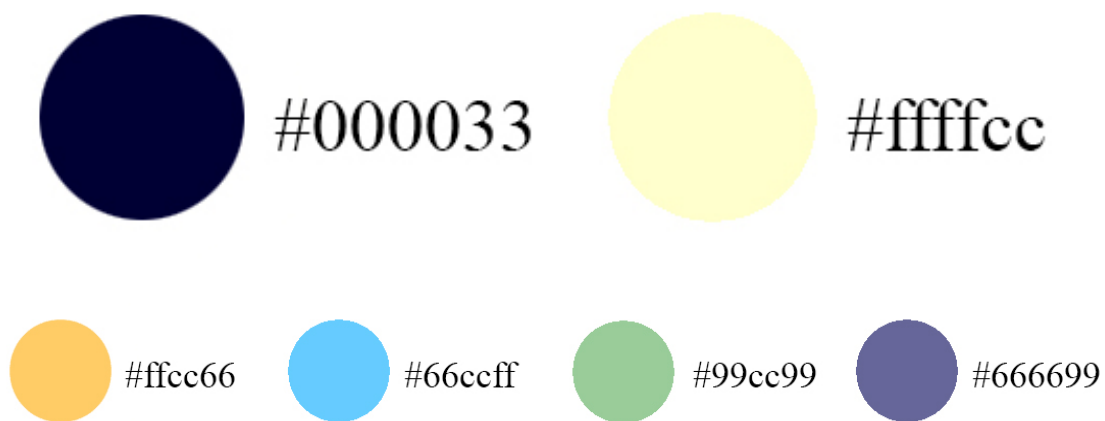
Додаток 5



Додаток 6



Додаток 7



Додаток 8

The Big Investor

How To Pick Dividend Stocks

10yr Dividend Increase
2-5% Dividend Yield
10B Market Cap
4% Dividend Growth Rate
60% Payout Ratio
3% Earnings Growth

INVESTING BIG @thebiginvestor

Industries With Great Potential

Robotics: TER, ZBRA, PATH, AQB, TTCL, BYND, GOOGL, NVDA, PLTR
 Genomics: PACC, CRISPR, CRSP
 Electric Vehicles: NIO, TSLA, BYD, SPTS, NNDM
 Most Alternatives: AQB, TTCL, BYND, GOOGL, NVDA, PLTR
 Artificial Intelligence: GOOGL, NVDA, PLTR
 3D Printing: SPTS, NNDM

INVESTING BIG @thebiginvestor

Diversify Your Portfolio

Type
 •Growth Stocks
 •Value Stocks
 •Pennystocks

Sector
 •Industrial Goods
 •Technology
 •Healthcare

Region
 •North America
 •Europe
 •Asia

INVESTING BIG @thebiginvestor

ARK Invest ETFs

ARKK	ARKQ	ARKG	ARKF	ARKX
Innovation	Autonomy	Genomics	FinTech	Space
TSLA 15.61%	TSLA 11.49%	TDOC 7.17%	SQ 10.70%	TRMB 9.21%
TDOC 6.19%	TRMB 5.83%	EXAS 5.13%	SE 4.86%	KTOS 5.67%
Roku	du	REGENERON	Z	LHX
ROKU 5.31%	BIDU 4.99%	REGN 4.64%	Z 4.60%	LHX 5.02%

INVESTING BIG @thebiginvestor

Sika

SWX: SIKA
 Stock Price: 278.50
 Market Cap.: 39.48B
 Field: Specialty Chemicals

Target Price: 412.5

INVESTING BIG @thebiginvestor

Nio

NASDAQ: NIO
 Stock Price: 37.40
 Market Cap.: 60.00B
 Field: Electric Vehicles

Target Price: 75.80

INVESTING BIG @thebiginvestor

Carbios

OTC: COOSF
 Stock Price: 50.00
 Market Cap.: 342.95M
 Field: Recycling

Target Price: 67.20

INVESTING BIG @thebiginvestor

Kalera

OTC: KSLLF
 Stock Price: 3.900
 Market Cap.: 648.00M
 Field: Vertical Farming

Target Price: 6.80

INVESTING BIG @thebiginvestor

Razer

OTC: RAZFF
 Stock Price: 0.350
 Market Cap.: 3.13B
 Field: Gaming Hardware

Target Price: 0.875

INVESTING BIG @thebiginvestor

Standard Lithium

TSXV: SLL
 Stock Price: 4.320
 Market Cap.: 410.5M
 Field: Lithium

Target Price: 7.80

INVESTING BIG @thebiginvestor

Ocean Power Technologies

NASDAQ: OPTT
 Stock Price: 2.580
 Market Cap.: 131.80M
 Field: Renewable Energy

Target Price: 4.10

INVESTING BIG @thebiginvestor

Skillz

NASDAQ: SKLZ
 Stock Price: 16.57
 Market Cap.: 6.90B
 Field: Mobile Gaming

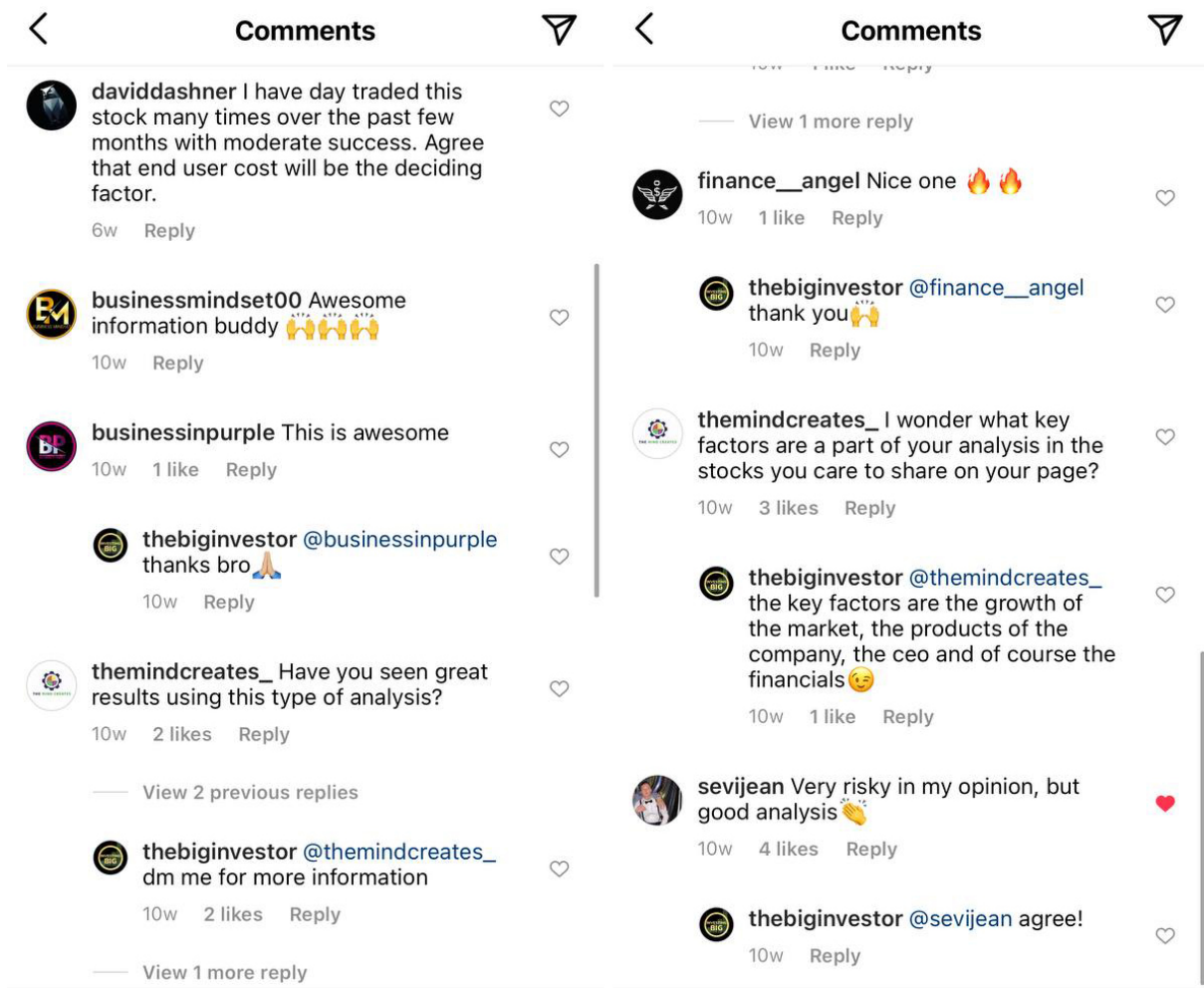
Target Price: 32.40

INVESTING BIG @thebiginvestor

Додаток 10

	вид контенту	просування	вид контенту	просування	вид контенту	просування
ДАТА	БЕРЕЗЕНЬ		КВІТЕНЬ		ТРАВЕНЬ	
1						
2					Аналітичний	а н а є м о п і а р 2
3					Аналітичний	
4					Портфоліо	
5			Аналітичний			
6	Запуск проєкту		Аналітичний		Аналітичний	р е к л а м а
7	Навчальний		Навчальний		Аналітичний	
8	Аналітичний				Навчальний	
9	Аналітичний		Аналітичний			л а м а
10			Аналітичний		Аналітичний	
11	Навчальний		Портфоліо		Аналітичний	
12	Аналітичний			т	Навчальний	а 2
13	Аналітичний		Аналітичний	а		
14			Аналітичний	р		
15	Портфоліо		Навчальний	г		е т о в а н а
16	Аналітичний			е		
17	Аналітичний		Аналітичний	т		
18			Аналітичний	о		в з а є м о п і а р 1
19	Навчальний		Навчальний	в		
20	Аналітичний			а		
21	Аналітичний		Аналітичний	н		в з а є м о п і а р 1
22		м	Аналітичний	а		
23	Навчальний	а	Навчальний	н		
24	Аналітичний	с		а		р е к л а р 1
25	Аналітичний	л	Аналітичний	р		
26		а	Аналітичний	е		
27	Портфоліо	й	Портфоліо	к		л а р 1
28	Аналітичний	к		л		
29	Аналітичний	і	Аналітичний	а		
30		н	Аналітичний	м		а 1
31	Навчальний	г	Навчальний	а	1	

Додаток 11



Додаток 12

