

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ПСИХОЛОГИИ И СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЫ»
(СПбГИПСР)**

КАФЕДРА ОБЩЕЙ И КОНСУЛЬТАТИВНОЙ ПСИХОЛОГИИ

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель образовательной программы,
кандидат психологических наук, доцент,
заведующий кафедрой общей
и консультативной психологии

Л.В. Кузьменкова

«20» апреля 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

ПРАКТИКУМ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПРАКТИЧЕСКОГО ПСИХОЛОГА

основной профессиональной образовательной программы

«Практики психологической помощи»

по направлению подготовки 37.03.01 Психология

Разработчик: канд. психолог. наук, доцент Снегова Екатерина Владимировна

Согласовано: канд. психолог. наук, доцент, зав. кафедрой Кузьменкова Лидия Всеволодовна

Санкт-Петербург

2022

РАЗДЕЛ 1. Учебно-методический раздел рабочей программы дисциплины

1.1. Аннотация рабочей программы дисциплины

ПРАКТИКУМ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ПРАКТИЧЕСКОГО ПСИХОЛОГА

Цель изучения дисциплины: формирование теоретических знаний, практических умений и навыков в области продвижения услуг практического психолога.

Задачи дисциплины:

1. Дать целостное представление о теоретических аспектах современного знания в области продвижения услуг практического психолога;
2. Ознакомить с особенностями продвижения услуг практического психолога;
3. Рассмотреть технологические основы продвижения услуг практического психолога;
4. Развить практические навыки и умения в области решения задач, связанных с продвижением услуг практического психолога.

Содержание дисциплины:

Теоретические основы продвижения услуг практического психолога

Особенности продвижения услуг практического психолога

Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога

Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога

1.2. Цель и задачи обучения по дисциплине

Цель¹:

– формирование теоретических знаний, практических умений и навыков в области продвижения услуг практического психолога.

Задачи²:

1. Дать целостное представление о теоретических аспектах современного знания в области продвижения услуг практического психолога;
2. Ознакомить с особенностями продвижения услуг практического психолога;
3. Рассмотреть технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога;
4. Развить практические навыки и умения в области решения задач, связанных с продвижением услуг практического психолога.

1.3. Язык обучения

Язык обучения – русский.

¹ Цель – представление о результатах освоения дисциплины. Цель дисциплины должна быть соотнесена с результатом освоения ОП ВО (формируемыми компетенциями). Цель должна быть обозначена кратко, четко и иметь практическую направленность. Достижение цели должно быть проверяемым

² Формулировка задач должна быть связана со знаниями, умениями и навыками (владениями), также должны быть учтены виды деятельности, указанные в ОП ВО.

1.4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий, самостоятельную работу, форму промежуточной аттестации

Форма обучения	Общий объем дисциплины			Объем в академических часах						
	В зач.ед.	В астрон. часах	В академ. часах	Объем самостоятельной работы	Объем контактной работы обучающихся с преподавателем					
					Всего	Виды учебных занятий			В том числе практическая подготовка*	Промежуточная аттестация (зачет)**
						Всего учебных занятий	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		
Очная	2	54	72	38	34	32	12	20		2
Очно-заочная	2	54	72	48	24	22	10	12		2

*Часы на практическую подготовку выделяются в тех дисциплинах, где она предусмотрена (в лекциях, практических занятиях, коллоквиумах, кейсах и прочее)

**В случае реализации смешанного обучения рабочая программа дисциплины адаптируется преподавателем в части всех видов учебных занятий и промежуточной аттестации к использованию дистанционных образовательных технологий.

1.5. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Код компетенции наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-4. Проведение групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг	ИПК -4.2. Грамотно, доступно любым слоям населения излагать информацию о психологических услугах.	<p>На уровне знаний: основные принципы проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг</p> <p>На уровне умений: применять современные методы, приемы, технологические способы продвижения услуг практического психолога, используемые при проведении групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг</p> <p>На уровне навыков: использования современных методов, приемов и техник для грамотного, доступного изложения информации о психологических услугах любым слоям населения</p>

РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Учебно-тематический план дисциплины

Очная форма обучения

Номер темы	Название темы	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма промежуточной аттестации (ПА)
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	
			Л	ПЗ	ПрП		
Тема 1	Теоретические основы продвижения услуг практического психолога	6	4	-	-	2	
Тема 2	Особенности продвижения услуг практического психолога	6	4	-	-	2	
Тема 3	Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога	16	2	6	-	8	
Тема 4	Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога	42	2	14	-	26	
Промежуточная аттестация		2					зачет
ВСЕГО в академических часах		72	12	20		38	

Очно-заочная форма

Номер темы	Название темы	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма промежуточной аттестации (ПА)
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СР	
			Л	ПЗ	ПрП		
Тема 1	Теоретические основы продвижения услуг практического психолога	8	4	-	-	4	
Тема 2	Особенности продвижения услуг практического психолога	6	2	-	-	4	
Тема 3	Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога	18	2	4	-	12	
Тема 4	Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога	38	2	8	-	28	
Промежуточная аттестация		2					зачет
ВСЕГО в академических часах		72	10	12		48	

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

ПрП – работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации практической подготовки;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях.

ПА – промежуточная аттестация (зачет или экзамен).

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

2.2. Краткое содержание тем (разделов) дисциплины

Тема 1. Теоретические основы продвижения услуг практического психолога

Принципы, функции и концепции маркетинга услуг. Продвижение как форма маркетинговых мероприятий. Цели продвижения услуг. Классификация способов продвижения услуг. Реклама, паблик рилейшнз (PR), личные продажи как основные инструменты продвижения услуг. Основные типы продвижения услуг: продвижение в физической среде, продвижение с использованием традиционных СМИ, продвижение с использованием цифровых СМИ. Теоретические аспекты услуг практического психолога.

Тема 2. Особенности продвижения услуг практического психолога

Маркетинговые характеристики психологических услуг. Цели, функции и задачи продвижения услуг практического психолога. Основные способы продвижения услуг практического психолога. Реклама и паблик рилейшнз (PR) в продвижении услуг практического психолога. Специфика продвижения услуг практического психолога в физической среде. Особенности продвижения услуг практического психолога с использованием традиционных

СМИ. Актуальная специфика продвижения услуг практического психолога с использованием цифровых СМИ.

Тема 3. Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога

Комплекс технологические основ планирования продвижения услуг практического психолога, маркетинговая модель продвижения услуг практического психолога: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое планирование, тактическое планирование, маркетинговый контроль. Ситуационный анализ – анализ потребительского контингента психологических услуг, анализ конкурентов. Маркетинговый синтез – выдвижение целей и их оценка. Стратегическое планирование – глубокое проникновение на рынок психологических услуг, вывод новой психологической услуги, специализация психологических услуг, интенсификация психологических услуг. Тактическое планирование – организация распределения психологических услуг, организация рекламы и PR психологических услуг. Маркетинговый контроль – сбор и анализ данных о результатах деятельности в соответствии с поставленными целями.

Тема 4. Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога

Технологические методы, приемы и специфика офлайн-продвижения услуг практического психолога. Основные способы офлайн-продвижения услуг практического психолога: Мастер-классы, Выступления на научно-практических конференциях и других профильных мероприятиях, Размещение и передача информации в традиционных СМИ (телевидение, радио, печатные издания). Технологические методы, приемы и специфика онлайн-продвижения услуг практического психолога. Основные способы онлайн-продвижения услуг практического психолога: Размещение и передача информации на сайте, Директ-реклама, Интернет-партнерство, Вирусная реклама.

2.3. Описание занятий семинарского типа

Тема 1. Теоретические основы продвижения услуг практического психолога

Цель: обучающиеся должны усвоить основные теоретические аспекты продвижения услуг практического психолога.

Понятийный аппарат: маркетинг, маркетинговые мероприятия, продвижение услуг, реклама, публик рилейшнз (PR), личные продажи, продвижение в физической среде, продвижение с использованием традиционных СМИ, продвижение с использованием цифровых СМИ.

Вопросы для обсуждения:

1. Содержание понятий маркетинг и маркетинговые мероприятия.

2. Продвижение как форма маркетинговых мероприятий.

3. Реклама, публик рилейшнз (PR), личные продажи как основные инструменты продвижения услуг.

4. Отличительные особенности продвижения в физической среде, продвижения с использованием традиционных СМИ, продвижения с использованием цифровых СМИ.

Тема 2. Особенности продвижения услуг практического психолога

Цель: изучить особенности продвижения услуг практического психолога.

Понятийный аппарат: маркетинг услуг практического психолога, цели и функции продвижения услуг практического психолога, реклама услуг практического психолога, публик рилейшнз (PR) услуг практического психолога.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные маркетинговые характеристики психологических услуг.

2. Реклама как способ продвижения услуг практического психолога.

3. PR как способ продвижения услуг практического психолога.

4. Специфика продвижения услуг практического психолога в физической среде.

5. Особенности продвижения услуг практического психолога с использованием традиционных СМИ.

6. Актуальные характеристики продвижения услуг практического психолога с использованием цифровых СМИ.

Тема 3. Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога

Цель: изучить технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога.

Понятийный аппарат: планирования продвижения услуг практического психолога, ситуационный анализ продвижения услуг практического психолога, маркетинговый синтез услуг практического психолога, стратегическое планирование услуг практического психолога, тактическое планирование услуг практического психолога, маркетинговый контроль.

Вопросы для обсуждения:

1. Принципы осуществления анализа потребительского контингента психологических услуг.

2. Технологические основы выдвижение целей планирования продвижения услуг практического психолога.

3. Современные технологические основы интенсификации психологических услуг.

4. Технологические основы организации рекламы и PR психологических услуг.

Тема 4. Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога

Цель: изучить методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога.

Понятийный аппарат: офлайн-продвижения услуг практического психолога технологии, мастер-классы, традиционные СМИ, онлайн-продвижение услуг практического психолога, директ-реклама, интернет-партнерство, вирусная реклама.

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика офлайн-продвижения услуг практического психолога.
2. Мастер-класс как эффективный способ продвижения услуг практического психолога.
3. Принципы информирования и просвещения в традиционных СМИ.
4. Специфика онлайн-продвижения услуг практического психолога.

2.4. Описание занятий в интерактивных формах

Интерактивное занятие к теме 1. «Теоретические основы продвижения услуг практического психолога». В качестве интерактивного занятия используется дискуссия.

Тема дискуссии: «Продвижение услуг практического психолога в современных условиях рыночной экономики».

Учебная группа студентов, в зависимости от ее количества, делится на 2-3 подгруппы. В каждой из них проводится дискуссия по ниже представленным вопросам. Затем в учебной группе проходит обсуждение результатов дискуссии, полученных в малых группах. После обсуждения результаты дискуссии комментируются преподавателем. По итогам работы студентам выставляются соответствующие индивидуальному вкладу в общую работу баллы.

Задача студентов:

- Обсудить, в ходе дискуссии следующие вопросы:

1. Особенности услуг практического психолога;
2. Проблемы продвижения услуг практического психолога в современных условиях рыночной экономики;
3. Вопрос эффективности использования традиционных и цифровых СМИ для продвижения услуг практического психолога.

- Определить результаты дискуссии в малых группах;

- Представить результаты дискуссии, полученные в малых группах, всей учебной группе.

Интерактивное занятие к теме 4. «Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога».

В качестве интерактивного занятия используется кейс-метод, а именно, групповое исследование проблемы, реализуемое согласно заданию. Несколько студенческих мини-групп,

по 4-6 человек в каждой, знакомятся с заданием, его целью является проведение группового исследования одной из практических проблем продвижения услуг практического психолога, обсуждают, дискутируют, принимают решение. Результаты работы представляются каждой группой отдельно и комментируются преподавателем. По итогам работы студентам выставляются соответствующие индивидуальному вкладу в общую работу баллы.

Задача студентов:

- Провести групповое исследование одной из практических проблем продвижения услуг практического психолога, предложенных преподавателем, в мини-группах;

- По итогам анализа предложить методы, приемы и технологические способы, которые целесообразно использовать для решения предложенной проблемы продвижения услуг практического психолога.

- Представить результаты решения кейс-задачи, полученные в малых группах, всей учебной группе.

2.5. Организация планирования встреч с приглашенными представителями организаций

Встречи с приглашенными представителями организаций не предусмотрены.

2.6. Особенности освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучение студентов с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;

- выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

3) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

- возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Получение образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	- в печатной форме; - в форме электронного документа
С нарушением зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла
С нарушением опорно-двигательного аппарата	- в печатной форме; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

Перечень фондов оценочных средств, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены следующие оценочные средства:

Категории студентов	Виды оценочных средств	Формы контроля и оценки результатов обучения
С нарушением слуха	Тест	преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Собеседование	преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение дистанционных тестов, контрольные вопросы	-

Студентам с ограниченными возможностями здоровья увеличивается время на подготовку ответов к зачёту, разрешается готовить ответы с использованием дистанционных образовательных технологий.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);
- доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);
- доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья предоставляются основная и дополнительная учебная литература в виде электронного документа в фонде библиотеки и / или в электронно-библиотечных системах.

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения:

- лекционная аудитория – мультимедийное оборудование (для студентов с нарушениями слуха);
- учебная аудитория для практических занятий (семинаров) мультимедийное оборудование, (для студентов с нарушениями слуха).

2.7. Методические указания для студентов по освоению дисциплины

Основными принципами изучения данной дисциплины являются:

- принцип развивающего и воспитывающего обучения;
- принцип культуру-природосообразности;
- принцип научности и связи теории с практикой;
- принцип систематичности;
- принцип наглядности;
- принцип доступности;
- принцип положительной мотивации и благоприятного климата обучения.

Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счёт использования современных учебников (учебных комплексов, справочной литературы, словарей, интернет-сайтов специальных зданий и организаций) и учебных пособий, касающихся проблематики изучаемой экономической дисциплины.

Основная цель изучения дисциплины «Практикум продвижения услуг практического психолога» формирование у студентов общепрофессиональных компетенций теоретических и практических основ психологического профориентационного консультирования.

Методическое обеспечение дисциплины «Практикум продвижения услуг практического психолога» осуществляется за счёт использования современных учебников (учебных комплексов, справочной литературы, словарей, интернет-сайтов специальных зданий и организаций) и учебных пособий, касающихся проблематики изучаемой дисциплины.

2.8. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебная аудитория, оборудованная мультимедийным оборудованием и аудио системой, с возможностью демонстрации интерактивных пособий и учебных фильмов, с доступом к сети Интернет.

Используемое оборудование: комплекты специализированной мебели, учебно-наглядные пособия, учебное оборудование и средства индивидуальной защиты, учебное оборудование для оказания первой медицинской помощи, мультимедийное оборудование с доступом к сети Интернет.

РАЗДЕЛ 3. Требования к самостоятельной работе студентов в рамках освоения дисциплины

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы, включая список необходимой для ее выполнения литературы либо электронных информационных источников (перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов).

Цель выполнения самостоятельной творческой работы – приобретение опыта активной самостоятельной учебно-познавательной деятельности.

Целью СРС является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. СРС способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе выполнения самостоятельной работы студенты должны быть ориентированы на:

- систематизацию и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

- формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений для эффективной подготовки к зачетам и экзаменам.

Успех студента в изучении курса зависит от систематической индивидуальной деятельности по овладению учебным материалом. Студентам целесообразно наладить творческий контакт с преподавателем, придерживаться его рекомендаций и советов по успешному овладению

Требования к структуре и оформлению работы.

Данная работа в окончательном варианте, который предоставляется преподавателю, должна быть иметь следующую структуру:

Титульный лист (Образец титульного листа определяется Положением об аттестации учебной работы студентов института, и опубликован на сайте www.psysocwork.ru раздел «Организация учебного процесса» / «самостоятельная работа»).

Работа должна быть представлена на листах формата А4 в печатном варианте с выполнением основных требований оформления документов. Обязателен титульный лист и прилагаемый список литературы.

Устанавливаются следующие требования к оформлению самостоятельной работы:

- параметры страницы (210x297 мм) А4;
- интервал полуторный;
- шрифт 12, TimesNewRoman;
- поля страницы: левое – 2 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2 см, нижнее – 2 см.
- все страницы должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами в верхнем правом углу.

3.1. Задания для самостоятельной работы по каждой теме (разделу) учебно-тематического плана

Самостоятельная работа студентов в рамках дисциплины «Практикум продвижения услуг практического психолога» является одним из базовых компонентов обучения, приобретения общекультурных и профессиональных компетенций, предусмотренных компетентностно-ориентированным учебным планом и рабочей программой учебной дисциплины. В процессе самостоятельной работы студенты проявляют свои творческие качества, поднимаются на более

высокий уровень профессионализации.

Формы выполнения студентами самостоятельной работы могут быть разнообразны: как выполнение ряда заданий по темам, предложенным преподавателем, так и выполнение индивидуальных творческих заданий (в согласовании с преподавателем): составление библиографии, картотеки статей по определенной теме; составление опорных схем для осмысления и структурирования учебного материала; создание электронных презентаций; выступления на научно-практических конференциях и мн. др.

Типовые задания СРС:

- работа с первоисточниками;
- подготовка докладов;
- изучение отдельной темы и разработка опорного конспекта;
- решение исследовательских задач;
- составление понятийного тезауруса;
- подготовка презентации;
- написание эссе;
- составление аннотированного списка литературы по одной из тем;
- исследовательские работы (возможна разработка проекта).

Самостоятельная работа студентов – способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний, умений и компетенций без непосредственного участия в этом процессе преподавателей. Самостоятельная работа по дисциплине является единым видом работы, которая может состоять из нескольких заданий.

Тема 1. Теоретические основы продвижения услуг практического психолога

Задание к теме:

Написать эссе по одной из предложенных тем:

1. Проблемы продвижения услуг в современном коммуникационном пространстве.
2. Современные актуальные способы продвижения услуг.
3. Специфика рекламы PR услуг.
4. Актуальность цифровых СМИ в продвижении услуг.
5. Значение личных коммуникаций в продвижения услуг практического психолога.

Тема 2. Особенности продвижения услуг практического психолога

Задание к теме:

Составить аннотированный список литературы и/или электронных научных источников по одной из предложенных тем:

1. Актуальные проблемы продвижения услуг практического психолога.

2. Современные принципы использования рекламы и публичных релейшнз (PR) в продвижении услуг практического психолога.

3. Особенности использования цифровых СМИ в продвижении услуг практического психолога.

Тема 3. Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога

Задание к теме:

Составить план-проект продвижения услуги практического психолога.

Этапы реализации задания:

- Определить конкретную услугу практического психолога
- Провести ситуационный анализ потребительского контингента психологических услуг, анализ конкурентов, согласно, выбранной конкретной услуги практического психолога.

Представить краткие результаты ситуационного анализа.

- По результатам ситуационного анализа потребительского контингента определить цель план-проекта продвижения услуги практического психолога.

- Составить план-проект организация рекламы и PR психологической услуги.

Тема 4. Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога

Задание к теме:

Составить проект реализации одного из выбранных способов продвижения услуги практического психолога.

Этапы реализации задания:

- Определить конкретную услугу практического психолога
- Выбрать способ продвижения определенной услуги практического психолога: офлайн-продвижения или онлайн-продвижения

- Определить конкретную форму либо офлайн-продвижения (Мастер-классы, Выступления на научно-практических конференциях и т. д.), либо онлайн-продвижения (Размещение и передача информации на сайте, Директ-реклама и т. д.)

- Составить проект реализации выбранной формы продвижения услуги практического психолога.

3.2. Критерии оценки результатов выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная творческая работа оценивается по ряду параметров:

1. Правильность и точность выполнения процедуры обработки результатов в методиках.
2. Правильность интерпретации результатов по методикам.
3. Полнота учета психодиагностических результатов и анамнестических данных в

психологическом диагнозе.

Оценка самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Положением об аттестации учебной работы студентов института в рамках балльно-рейтинговой системы оценки учебной работы студентов.

Баллы БРС присваиваются следующим образом:

30 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы достойны отличной оценки;

25 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны хорошей оценки;

20 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны удовлетворительной оценки;

10 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в не полном объеме (не менее 75% заданий), все работы в среднем достойны оценки не ниже хорошей;

0 баллов – самостоятельная работа выполнена в срок, в полном объеме, все работы в среднем достойны неудовлетворительной оценки.

РАЗДЕЛ 4. Фонд оценочных средств

4.1. Материалы, обеспечивающие методическое сопровождение оценки качества знаний по дисциплине на различных этапах ее освоения

К основным формам контроля, определяющим процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Практикум продвижения услуг практического психолога» относится промежуточная аттестация в форме теста по дисциплине.

Критериями и показателями оценивания компетенций на различных этапах формирования компетенций являются:

- знание терминов, понятий, категорий, концепций и теорий по дисциплине;
- понимание связей между теорией и практикой;
- сформированность аналитических способностей в процессе изучения дисциплины;
- знание специальной литературы по дисциплине.

Шкала оценивания³

Результаты успешной сдачи зачетов аттестуются оценкой «зачтено», неудовлетворительные результаты оценкой «не зачтено».

³ Критерии оценивания могут уточняться и дополняться в соответствии со спецификой дисциплины, установленных форм контроля, применяемых технологий обучения и оценивания

«Зачтено» выставляется в случае, если студент продемонстрировал достаточный уровень владения понятийным аппаратом и знанием теории и закономерности учебной дисциплины, решения профессионально-ориентированных задач и междисциплинарных ситуаций.

«Не зачтено» выставляется в случае если студент не продемонстрировал необходимый минимум теоретических знаний и понятийного аппарата, умений решать практические задачи.

Шкала перевода оценки из пятибалльной системы в систему «зачтено» / «не зачтено»:

отлично, хорошо, удовлетворительно (5-3 балла)	«зачтено»
неудовлетворительно (2 балла)	«не зачтено»

ОТЛИЧНО (5 баллов)

Обучающийся показывает высокий уровень знаний теоретических аспектов продвижения психологических услуг. Демонстрирует высокий уровень знаний об основных принципах проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Умеет в полной мере применять современные методы, приемы, технологические способы продвижения услуг практического психолога, используемые при проведении групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Имеет широкий спектр навыков использования современных методов, приемов и техник для грамотного, доступного изложения информации о психологических услугах любым слоям населения. На вопросы отвечает четко, логично, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения. Предлагает многоплановое решение профессионально-ориентированной задачи (кейса), связанной с продвижением психологических услуг.

ХОРОШО (4 балла)

Обучающийся показывает достаточный уровень знаний теоретических аспектов продвижения психологических услуг. Демонстрирует хороший уровень знаний об основных принципах проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Умеет в достаточном объеме применять современные методы, приемы, технологические способы продвижения услуг практического психолога, используемые при проведении групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Имеет необходимый спектр навыков использования современных методов, приемов и техник для грамотного, доступного

изложения информации о психологических услугах любым слоям населения. На вопросы отвечает четко, по существу. Предлагает решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) продвижения психологических услуг с незначительными ошибками.

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (3 балла)

Обучающийся показывает поверхностный уровень знаний теоретических аспектов продвижения психологических услуг. Демонстрирует базовый уровень знаний об основных принципах проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Частично умеет применять современные методы, приемы, технологические способы продвижения услуг практического психолога, используемые при проведении групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Имеет неполный спектр навыков использования современных методов, приемов и техник для грамотного, доступного изложения информации о психологических услугах любым слоям населения. В основном не может ответить на дополнительные вопросы и привести адекватные примеры. Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса), продвижения психологических услуг содержит существенные ошибки и неточности.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО (2 балла)

Обучающийся показывает низкий уровень знаний теоретических аспектов продвижения психологических услуг. Демонстрирует недостаточный уровень знаний об основных принципах проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Не умеет применять современные методы, приемы, технологические способы продвижения услуг практического психолога, используемые при проведении групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг. Не имеет навыки использования современных методов, приемов и техник для грамотного, доступного изложения информации о психологических услугах любым слоям населения. Не может ответить на дополнительные вопросы и привести адекватные примеры. Профессионально-ориентированная задача (кейса) продвижения психологических услуг содержит грубые ошибки или не решена.

4.2. Формирование компетенций в процессе освоения дисциплины

Номер темы	Название темы	Код изучаемой компетенции
Тема 1.	Теоретические основы продвижения услуг практического психолога	ПК-4
Тема 2.	Особенности продвижения услуг практического психолога	ПК-4

Тема 3.	Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога	ПК-4
Тема 4.	Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога	ПК-4

4.3. Описание форм аттестации текущего контроля успеваемости (рубежного контроля) и итогового контроля знаний по дисциплине (промежуточной аттестация по дисциплине)

Основными документом регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации студентов, обучающихся в СПбГИПСР, являются: Устав СПбГИПСР, Положение об аттестации учебной работы студентов института.

По дисциплине «Практикум продвижения услуг практического психолога» проводятся текущий и рубежный контроль успеваемости, а также промежуточная (итоговая) аттестация знаний.

Текущий контроль проводится в конце каждого практического занятия: активность участия в обсуждении вопросов и наличие обработанных протоколов по методикам с написанными заключениями.

Текущий контроль успеваемости проводится в течение семестра в часы, отведенные для изучения дисциплины, и может осуществляться в следующих формах:

- устного ответа;
- письменного ответа.

Конкретная форма проведения оценки уровня знаний студентов по данной дисциплине определяется преподавателем и доводится до сведения студентов на первом занятии по дисциплине.

Задания по текущему контролю успеваемости (раздел разрабатывается с учетом индивидуальных образовательных запросов студентов).

Рубежный контроль успеваемости проводится либо в середине курса, либо на последних занятиях данного курса (по усмотрению преподавателя).

Сроки рубежного контроля определяются графиком учебного процесса компетентностно-ориентированного учебного плана и утверждаются приказом Ректора или уполномоченного им лица. Рубежный контроль проводится в форме собеседования.

4.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

Промежуточная аттестация по дисциплине является итоговой проверкой знаний и компетенций, полученных студентом в ходе изучения дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета. Промежуточная аттестация проводится в соответствии с требованиями Положения об аттестации учебной работы студентов института.

Типовые задачи (примеры):

Задача 1. Проведите ситуационный анализ продвижения профорientационных услуг школьного практического психолога:

Выберите наиболее подходящий, в данном случае, способ продвижения услуги практического психолога:

- а) Способ офлайн-продвижения – Мастер-класс
- б) Способ офлайн-продвижения – Выступление на научно-практической конференции
- в) Способ онлайн-продвижения – Размещение информации на сайте
- г) Способ онлайн-продвижения – Директ-реклама

Обоснуйте свой выбор.

Примерные вопросы к зачету

1. Понятие маркетинг услуг.
2. Продвижение как форма маркетинговых мероприятий.
3. Цели продвижения услуг.
4. Классификация способов продвижения услуг.
5. Основные инструменты продвижения услуг: реклама, паблик рилейшнз (PR), личные продажи.
6. Особенности продвижения услуг в физической среде.
7. Специфика продвижения услуг с использованием традиционных СМИ.
8. Особенности продвижения услуг с использованием цифровых СМИ.
9. Маркетинговые характеристики психологических услуг.
10. Цели, функции и задачи продвижения услуг практического психолога.
11. Основные способы продвижения услуг практического психолога.
12. Использование реклама и паблик рилейшнз (PR) в продвижении услуг практического психолога.
13. Особенности продвижения услуг практического психолога с использованием традиционных СМИ.

14. Актуальная специфика продвижения услуг практического психолога с использованием цифровых СМИ.

15. Комплекс технологические основ планирования продвижения услуг практического психолога.

16. Маркетинговая модель продвижения услуг практического психолога: ситуационный анализ, маркетинговый синтез, стратегическое планирование, тактическое планирование, маркетинговый контроль.

17. Основные способы офлайн-продвижения услуг практического психолога.

18. Мастер-классы, выступления на научно-практических конференциях, размещение и передача информации в традиционных СМИ как основные приемы офлайн-продвижения услуг практического психолога.

19. Основные способы онлайн-продвижения услуг практического психолога.

20. Размещение и передача информации на сайте, директ-реклама, интернет-партнерство, вирусная реклама как основные приемы онлайн-продвижения услуг практического психолога.

Пример типового задания в форме теста для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

1. К традиционным СМИ относятся:

- а) *Радио
- б) *Телевидение
- в) *Печатные издания
- г) Интернет

2. К цифровым СМИ относятся:

- а) Телевидение
- б) Радио
- в) *Интернет
- г) Печатные издания

3. К основным способам офлайн-продвижения услуг практического психолога относятся:

- а) *Мастер-классы
- б) Директ-реклама
- в) Размещение и передача информации в традиционных СМИ
- г) *Выступления на научно-практических конференциях

4. К основным способам онлайн-продвижения услуг практического психолога относятся:

- а) *Директ-реклама
- б) Размещение и передача информации в традиционных СМИ
- в) *Интернет-партнерство
- г) Мастер-классы

Пример типового практико-ориентированного задания

Задача 1. Проведите ситуационный анализ продвижения услуг семейного психолога государственного центра помощи семье и детям:

Выберите наиболее подходящий, в данном случае, способ продвижения услуги практического психолога:

- а) Способ офлайн-продвижения – Мастер-класс
- б) Способ офлайн-продвижения – Выступление на научно-практической конференции
- в) Способ онлайн-продвижения – Размещение информации на сайте
- г) Способ онлайн-продвижения – Директ-реклама

Обоснуйте свой выбор.

РАЗДЕЛ 5. Глоссарий

Когнитивный компонент рекламного воздействия связан с изучением и анализом психических процессов переработки информации, в первую очередь, таких, как внимание, восприятие, память, мышление и т. д.

Маркетинг услуг – это отрасль современного маркетинга, это научная дисциплина, изучающая особенности маркетинговой деятельности организаций, вовлеченных в представление услуг.

Поведенческий компонент рекламного воздействия связан с изучением и анализом покупательского поведения.

Продвижение услуг – это комплекс маркетинговых мероприятий, целями которых является увеличение доли услуги на рынке, вывод услуги на рынок, увеличение узнаваемости услуги, привлечение новых клиентов, повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на партнеров и потребителей.

Public Relations (PR) – это деятельность по применению средств воздействия, направленная на формирование, коррекцию и изменению общественного мнения в заданном направлении с целью усиления конкурентоспособности.

Реклама – это система мер целенаправленного психологического воздействия на потребителей, формирующая и регулирующая движение товара на рынке, использующая

различные формы коммуникаций, осуществляемых через посредничество платных средств распространения информации, с четко указанным источником информации.

Рекламные средства без обратной связи – процесс передачи рекламной информации посредством СМИ.

Рекламные средства с обратной связью – процесс интерактивной коммуникации между рекламоносителем и потенциальным потребителем.

Убеждение в рекламе – это процесс превращение сообщаемой потенциальному потребителю информации в его установки, принципы, мотивы посредством логической аргументации, с предложением в качестве аргументов: цифр, фактов, результатов научных исследований и т. д.

Услуга – это результат действий, осуществляемых при взаимодействии поставщика и потребителя. Как правило, услуга нематериальна.

Эмоциональный компонент рекламного воздействия определяет эмоциональное отношение к объекту рекламной информации.

РАЗДЕЛ 6. Информационное обеспечение дисциплины**6.1. Перечень рекомендуемой литературы, необходимой для освоения дисциплины**

№	Наименование издания	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4
Основная литература					
1	Божук С. Маркетинг: Учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения. / С. Божук, Л. Ковалик, Т. Маслова, Н. Т. Розова. - Санкт-Петербург: Питер, 2021. - 448 с. - ISBN 978-5-4461-9775-0. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/377338/reading	+	+	-	-
2	Тихомиров В. П. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации. Учебное пособие / В. П. Тихомиров, Н. В. Тихомирова, Л.А. Данченко, П. Ю. Невоструев, С.В. Ласковец, С.В. Мхитарян, А.В. Сова, А. И. Евдокимчик, Т.В. Дейнекин, А.В. Москаев. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 288 с. - ISBN 978-5-496-00011-6. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/377689/reading	+	+	+	+
Дополнительная литература					
1	Болотова А. К. Прикладная психология в бизнес-организациях: методы фасилитации / А.К. Болотова, А. В. Мартынова. - Москва: ВШЭ, 2013. - 320 с. - ISBN 978-5-7598-0987-6. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/338071/reading	+	+	+	+
2	Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / Душкина М. Р. - Электрон. дан.col. - Москва: Юрайт, 2021. - 462 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/476668 . - URL: https://urait.ru/bcode/476668	+	+	-	-
3	Ромат Е. Маркетинговые коммуникации: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. / Е. Ромат, Д. Сендеров. - Санкт-Петербург: Питер, 2021. - 496 с. - ISBN 978-5-4461-9933-4. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/377339/reading	+	+	-	-
4	Черников Ю. Как психологу раскрыть себя / Ю. Черников. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 160 с. - ISBN 978-5-496-00259-2. - URL: https://ibooks.ru/bookshelf/377115/reading	-	-	+	+

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», используемых при освоении дисциплины

1. Российское психологическое общество [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://рпо.рф/>
2. Санкт-петербургское психологическое общество [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://spbpo.ru/>

6.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для изучения дисциплины

В рамках дисциплины используется лицензионное программное обеспечение (MS OFFICE – Word, Excel, PowerPoint) и обучающие платформы (1-С: Электронное обучение. Корпоративный университет, MS Teams).

В учебном процессе используются следующие информационные базы данных и справочные системы:

Гарант-Образование: информационно-правовое обеспечение: [сайт]. – Москва. – Обновляется в течение суток. – URL: <http://study.garant.ru/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронная библиотека СПбГИПСР // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] – URL: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=456 (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронный каталог // Библиотека СПбГИПСР: [сайт]. – Санкт-Петербург, [2014] – URL: http://lib.gipsr.ru:8087/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=435 (дата обращения: 28.04.2021).

ЮРАЙТ: образовательная платформа: [сайт]. – Москва, 2013 – URL: <https://urait.ru/> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

East View: information services: [сайт]. – [Москва], [1989] – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

ibooks.ru: электронно-библиотечная система: [сайт]. – Санкт-Петербург, 2010 – URL: <https://ibooks.ru> (дата обращения: 28.04.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Заведующая библиотекой

_____ Г. Л. Горохова

(подпись, расшифровка)