

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,  
доцент кафедры общей и консультативной психологии

\_\_\_\_\_ Л.В. Кузьменкова

«30» апреля 2021 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: зав. кафедрой, доктор психолог. Наук Щукина Мария Алексеевна

**Санкт-Петербург**

**2021**

## **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**

**Цель<sup>1</sup>:**

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

**Задачи<sup>2</sup>:**

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.

---

<sup>1</sup> 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

<sup>2</sup> 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  |       |                       |                          |                      |                         |                                 |   | Контроль |
|----------------|------------------------|-----------------|------------------|------------------------------|-------|-----------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------|---------------------------------|---|----------|
|                | в зач.ед.              | в астрон. часах | в ака дем. часах | Объем самостоятельной работы | Всего | Виды учебных занятий  |                          |                      | Практическая подготовка | Контроль самостоятельной работы | Консультация к промежуточной аттестации (зачет) |          |
|                |                        |                 |                  |                              |       | Всего учебных занятий | Занятия лекционного типа | Практические занятия |                         |                                 |   |          |
| Очная          | 2                      | 54              | 72               | 28                           | 44    | 42                    | 16                       | 26                   |                         | 2                               | -   | -        |
| Очно-заочная   | 2                      | 54              | 72               | 42                           | 30    | 28                    | 12                       | 16                   |                         | 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<br>наименование компетенции   | Код и наименование индикатора достижения компетенции  | Результаты обучения   |
|---|---|---|
| ПК-4. Способен проводить групповые и индивидуальные информационные консультации о возможности получения психологических услуг | ИПК -4.1. Использует разные формы и методы психологического просвещения, в том числе активные методы (игры, упражнения, тренинги)<br>ИПК -4.2. Излагает грамотно и доступно любым слоям населения информацию о психологических услугах<br>ИПК-4.3. Преодолевает коммуникативные, образовательные, этнические, конфессиональные и другие барьеры в проведении психологического просвещения | <b>На уровне знаний:</b><br>Знает основные принципы проведения групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг<br><b>На уровне умений:</b><br>Умеет применять современные методы, приемы, технологические способы продвижения услуг практического психолога, используемые при проведении групповых и индивидуальных информационных консультаций о возможности получения психологических услуг<br><b>На уровне навыков:</b><br>Владеет навыками использования современных методов, приемов и техник для грамотного, доступного изложения информации о |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | психологических услугах любым слоям населения |
|--|--|---|

## РАЗДЕЛ 2. Структура и содержание дисциплины

### 2.1. Учебно-тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

| Номер темы | Название темы   | Объем дисциплины (модуля), час. |   |           |     | Форма текущего контроля и промежуточной аттестации |              |
|------------|---|---------------------------------|---|-----------|-----|--|--------------|
|            |   | Всего                           | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий |           |     |  | СР           |
|            |   |                                 | Л   | ПЗ        | ПрП |  |              |
| Тема 1     | Теоретические основы продвижения услуг практического психолога                                  | 18                              | 4   | 8         |     | 6  |              |
| Тема 2     | Особенности продвижения услуг практического психолога   | 18                              | 4   | 6         |     | 8  |              |
| Тема 3     | Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога                   | 18                              | 4   | 6         |     | 8  |              |
| Тема 4     | Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога | 16                              | 4   | 6         |     | 6  |              |
|            | <b>Контроль самостоятельной работы</b>  | <b>2</b>                        |   |           |     |  |              |
|            | <b>Консультация</b>   |                                 |   |           |     |  | <b>Зачет</b> |
|            | <b>Контроль</b>   |                                 |   |           |     |  |              |
|            | <b>ВСЕГО в академических часах</b>  | <b>72</b>                       | <b>16</b>   | <b>26</b> |     | <b>28</b>  |              |

#### Очно-заочная форма

| Номер темы | Название темы   | Объем дисциплины (модуля), час. |   |           |     | Форма текущего контроля и промежуточной аттестации |              |
|------------|---|---------------------------------|---|-----------|-----|--|--------------|
|            |   | Всего                           | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий |           |     |  | СР           |
|            |   |                                 | Л   | ПЗ        | ПрП |  |              |
| Тема 1     | Теоретические основы продвижения услуг практического психолога                                  | 18                              | 2   | 4         |     | 12   |              |
| Тема 2     | Особенности продвижения услуг практического психолога   | 16                              | 2   | 4         |     | 10   |              |
| Тема 3     | Технологические основы планирования продвижения услуг практического психолога                   | 18                              | 4   | 4         |     | 10   |              |
| Тема 4     | Практические методы, приемы и технологические способы продвижения услуг практического психолога | 18                              | 4   | 4         |     | 10   |              |
|            | <b>Контроль самостоятельной работы</b>  | <b>2</b>                        |   |           |     |  |              |
|            | <b>Консультация</b>   |                                 |   |           |     |  | <b>Зачет</b> |
|            | <b>Контроль</b>   |                                 |   |           |     |  |              |
|            | <b>ВСЕГО в академических часах</b>  | <b>72</b>                       | <b>12</b>   | <b>16</b> |     | <b>42</b>  |              |

Используемые термины:

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 – практическая подготовка (работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации практической подготовки для решения практико-ориентированных заданий; часы входят в общий объем практических занятий). При наличии ПрП прописываются формы текущего контроля ПрП, а в п.2.5 дополнительно прилагаются методические материалы и типовые задания.

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

Форма текущего контроля и промежуточной аттестации – формы текущего контроля указываются разработчиком для каждой темы, промежуточная аттестация – из учебного плана.

КСР – контроль самостоятельной работы – входит в общую контактную работу с преподавателем.

Консультация – проводится перед промежуточной аттестацией в форме экзамена.

### **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:

| <b>Категории студентов</b>                 | <b>Формы</b>   |
|--|--|
| С нарушением слуха                         | - в печатной форме;<br>- в форме электронного документа  |
| С нарушением зрения                        | - в печатной форме увеличенным шрифтом;<br>- в форме электронного документа;<br>- в форме аудиофайла |
| С нарушением опорно-двигательного аппарата | - в печатной форме;<br>- в форме электронного документа;<br>- 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](http://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 с некоторыми нарушениями сроков подачи материала, в полном объеме, все работы в среднем достойны **хорошей оценки**;

**20 баллов** – самостоятельная работа выполнена с некоторыми нарушениями сроков подачи материала, в неполном объеме (менее 90% заданий), все работы в среднем достойны **хорошей оценки**;

**10 баллов** – самостоятельная работа выполнена с нарушением сроков, в неполном объеме (менее 75% заданий), все работы в среднем достойны **удовлетворительной оценки**.

**0 баллов** – самостоятельная работа не предоставлена или выполнена с грубейшими нарушениями, 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 оценивания<sup>3</sup>

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

«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<br>(5-3 балла) | «зачтено»    |
| неудовлетворительно<br>(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.

Аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры, обнаруживает аналитический подход в освещении различных концепций, делает содержательные выводы, демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебной программы и дополнительных источников информации. На вопросы отвечает четко, логично, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения.

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

Многоплановое (комплексное) решение профессионально-ориентированной задачи (кейса).

### **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.

При ответе допускает незначительные ошибки, неточности по критериям, которые не искажают сути ответа. В целом содержательно отвечает на дополнительные вопросы. При этом примеры, иллюстрирующие теоретическую часть ответа, приводит не вполне развернуто и обоснованно.

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) с незначительными ошибками и неточностями.

### **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.

Продemonстрированные базовые знания частичные, отрывочные, бессистемные, теоретические и практические аспекты проблемы не связаны. В основном не может ответить на дополнительные вопросы и привести адекватные примеры

Решение профессионально-ориентированной задачи (кейса) 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.

Ответ содержит ряд серьезных ошибок, выводы поверхностны или неверны. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на дополнительные вопросы или затрудняется с ответом.

Профессионально-ориентированная задача (кейс) не решена или содержит грубые ошибки.

#### **4.2. Формирование компетенций в процессе освоения дисциплины**

| <b>Номер темы</b> | <b>Название темы</b>  | <b>Код изучаемой компетенции</b> |
|-------------------|---|----------------------------------|
| 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 профориентационных 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 |
|----------------------------------|--|--------|--------|--------|--------|
| <b>Основная литература</b>       |  |        |        |        |        |
| 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: <a href="https://ibooks.ru/bookshelf/377338/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/377338/reading</a>   | +      | +      | -      | -      |
| 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: <a href="https://ibooks.ru/bookshelf/377689/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/377689/reading</a> | +      | +      | +      | +      |
| <b>Дополнительная литература</b> |  |        |        |        |        |
| 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: <a href="https://ibooks.ru/bookshelf/338071/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/338071/reading</a>  | +      | +      | +      | +      |
| 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: <a href="https://urait.ru/bcode/476668">https://urait.ru/bcode/476668</a> . - URL: <a href="https://urait.ru/bcode/476668">https://urait.ru/bcode/476668</a>   | +      | +      | -      | -      |
| 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: <a href="https://ibooks.ru/bookshelf/377339/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/377339/reading</a>  | +      | +      | -      | -      |
| 4                                | Черников Ю. Как психологу раскрыть себя / Ю. Черников. - Санкт-Петербург: Питер, 2020. - 160 с. - ISBN 978-5-496-00259-2. - URL: <a href="https://ibooks.ru/bookshelf/377115/reading">https://ibooks.ru/bookshelf/377115/reading</a>   | -      | -      | +      | +      |

**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](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](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)