

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Кафедра практичної психології

“ЗАТВЕРДЖУЮ”



Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

20 16 року

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**МАРКЕТИНГ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ**

(шифр і назва навчальної дисципліни)

спеціальність 8.03010301 «Практична психологія»

(шифр і назва спеціальності)

спеціалізація \_\_\_\_\_

(назва спеціалізації)

інститут, факультет, відділення Інститут людини

(назва інституту, факультету, відділення)



2016 – 2017 навчальний рік

Робоча програма «Маркетинг психологічних послуг» для студентів за спеціальністю 8.03010301 «Практична психологія»

Розробник: Клібайс Тетяна Володимирівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри практичної психології.

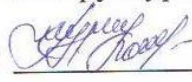
Робочу програму схвалено на засіданні кафедри практичної психології

Протокол від “30” серпня 2016 року № 1

Завідувач кафедри практичної психології

  
\_\_\_\_\_ (О.М. Лозова)

Розподіл годин звірено з робочим планом. Структура типова.

Заступник директора Інституту людини  Н.А. Клішевич

## **ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

Робочу навчальну програму укладено згідно з вимогами кредитно-модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяги знань, які повинен опанувати магістр відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни «Маркетинг психологічних послуг».

Курс ««Маркетинг психологічних послуг» є обов'язковою дисципліною циклу професійно-практичної підготовки фахівців за спеціальністю «Практична психологія» у межах освітньо-кваліфікаційного рівня «Магістр». Дисципліна вивчається у одинадцятому семестрі та складається з таких тем:

- Презентація психологічних послуг.
- Он-лайн просування психологічних послуг.
- Сутність проектної діяльності психолога.
- Етапи розробки соціального проекту.
- Особливості підготовки наукового проекту.

**Мета курсу** – ознайомити студентів із основними стратегіями маркетингу психологічних послуг, формувати здатність використовувати отримані знання на практиці, формувати уміння та навички проектної діяльності в галузі психології, розвивати професійне мислення та сприяти професійному зростанню.

**Вимоги до знань та умінь.** Вивчивши курс «Маркетинг психологічних послуг» студент повинен мати:

***Знання:***

- Презентація психологічних послуг.
- Он-лайн просування психологічних послуг.
- Сутність проектної діяльності психолога.
- Етапи розробки соціального проекту.
- Особливості підготовки наукового проекту.

***Компетентності:***

- уміти застосовувати знання та розуміння основних стратегій маркетингу для реклами та просування психологічних послуг;
- уміти компетентно аналізувати грантові вимоги та створювати ефективні наукові та соціальні проекти.

**Місце в структурно-логічній схемі спеціальності.** Навчальна дисципліна «Маркетинг психологічних послуг» є обов'язковим курсом циклу професійно-практичної підготовки фахівця з психології, що тісно пов'язана з експериментальною, соціальною, практичною психологією, психодіагностикою тощо. Вивчення її рекомендується планувати протягом шостого року навчання після вивчення соціальної психології та психодіагностики.

Обсяг курсу – 120 годин, з яких 12 годин лекцій, 4 години семінарських занять, 8 годин практичних, 6 годин модульного контролю, на самостійну роботу відводиться 60 годин, самостійна робота з підготовки до іспиту – 30 годин. Завершується вивчення курсу екзаменом.

**Система контролю та оцінки.** Протягом вивчення дисципліни оцінюються доповіді та відповіді студентів на семінарських та практичних заняттях, письмові тестові експрес-опитування, самостійні роботи, модульні контрольні роботи, завершується вивчення курсу екзаменом. Альтернативою іспиту є захист власного соціального або наукового проекту.

## СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни	
		денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 0301 «Соціально-політичні науки»	обов'язкова	
Модулів – 1	Спеціальність 8.03010301 «Практична психологія»	Рік підготовки	
Змістових модулів – 2		6-й	6-й
Загальна кількість годин – 120		Семестр	
		11-й	11-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 2, 3 самостійної роботи студента – 4	Освітньо-професійний рівень: другий (магістерський)	Лекції	
		12 год.	8 год.
		Практичні, семінарські	
		12 год.	8 год.
		Лабораторні	
		-	-
		Самостійна робота	
		60 год.	74 год.
		Модульний контроль	
		6	-
Вид контролю:			
іспит	іспит		

## ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин								
		Разом	Аудиторні:	лекцій	практичні заняття	семінарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Семестровий контроль	Модульний контроль
<b>Змістовий модуль I «Стратегії просування психологічних послуг»</b>										
1	Презентація психологічних послуг.	16	6	2	2	2		10		
2	Он-лайн просування психологічних послуг.	21	6	4	2			15		
Модульна контрольна робота		2								2
Разом:		<b>39</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>25</b>		<b>2</b>
<b>Змістовий модуль II «Проектна діяльність»</b>										
3	Сутність проектної діяльності психолога.	14	4	2		2		10		
4	Етапи розробки соціального проекту.	19	4	2	2			15		
5	Особливості підготовки наукового проекту.	14	4	2	2			10		
Модульна контрольна робота		4								4
Самостійна робота з підготовки до іспиту		30							30	
Разом:		<b>81</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>		<b>35</b>	<b>30</b>	<b>4</b>
<b>Усього</b>		<b>120</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>4</b>		<b>60</b>	<b>30</b>	<b>6</b>

## **Зміст модуля І**

### **«СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ»**

#### **ТЕМА 1. Презентація психологічних послуг. (2 години)**

Основні помилки психолога при просуванні психологічних послуг. Аналіз ринка психологічних послуг, Swot - аналіз. Визначення робочої ніші. Вибір тематики. Підбір назв тренінгів та статей. Створення «аватара клієнта». Створення бренду.

#### **Семінарське заняття 1. Презентація психологічних послуг. (2 години)**

1. Основні помилки психолога при просуванні психологічних послуг.
2. Аналіз ринка психологічних послуг.
3. Визначення робочої ніші.
4. Вибір тематики.
5. Основні принципи створення бренду.

#### **Практичне заняття 1. Презентація психологічних послуг. (2 години)**

1. Презентація результатів аналізу ринка психологічних послуг за схемою.
2. Створення «аватара клієнта».

#### **Самостійна робота студентів 1.**

1. Підберіть назви до 5 тренінгів та статей.
2. Створіть рекламний текст щодо тренінгу.

#### **Література**

##### **Основна:**

1. Аакер Д. «Бренд-лидерство: новая концепция брендинга» / Д. Аакер, Э. ЙохимшталеЙлер. – Москва; Издательский дом Гребенникова, 2003. – 325 с.
2. Котлер Ф. и др. Персональный брендинг / Пер. с англ. М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 400 с.
3. Пан Л.В. Управління проектами. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2004 – 139 с.

##### **Додаткова:**

1. Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон. Управление проектами. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 528 с.
2. Куправа Т.А. Управление проектами. Вводный курс: Учеб. пособие. – М.: изд-во РУДН, 2008. – 121 с.
3. Словник - довідник з питань управління проектами / Бушуєв С.Д. Українська асоціація управління проектами. – К.: Видавничий дім «Деловая Украина», 2001. – 640 с.

## **ТЕМА 2. Способи он-лайн- та офлайн- просування психологічних послуг (4 години).**

Створення сайту, його структура та дизайн. Директ-реклама. Партнерство. Вірусний маркетинг. Організація вебінарів, майстер-класів. Робота з засобами масової інформації. Робота з клієнтами.

### **Практичне заняття 2. Способи он-лайн- та офлайн- просування психологічних послуг. (2 години)**

1. Створення сайту, його структура та дизайн. Презентуємо результати аналізу сайтів психологів. Формуємо структуру власного сайту.
2. Директ-реклама.
3. Партнерство.
4. Вірусний маркетинг.
5. Організація вебінарів, майстер-класів, робота з засобами масової інформації. Робота з клієнтами.

### **Самостійна робота студентів 2.**

1. Написати публіцистичну статтю або зробити презентацію на актуальну тему з психології, розмістити її на сторінці в інтернеті.

### **Література**

#### **Основна:**

4. Богданов В.В. Управление проектами. – М: Манн. – 2013. – 248 с.
5. Ромат Е.В. Реклама: учеб. для ВУЗов. – 7-е изд. / Е.В. Ромат. – СПб.: Питер, 2009. – 208 с.
6. Ромат Е. Реклама: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / 8-е изд./ Ромат Е., Сендеров Д. – СПб.: Питер, 2013. – 512с.
7. Тянь Р.Б., Холод Б.І., Ткаченко В.А. Управління проектами. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

#### **Додаткова:**

4. Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон. Управление проектами. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 528 с.
5. Куправа Т.А. Управление проектами. Вводный курс: Учеб. пособие. – М.: изд-во РУДН, 2008. – 121 с.
6. Словник - довідник з питань управління проектами / Бушуєв С.Д. Українська асоціація управління проектами. – К.: Видавничий дім «Деловая Украина», 2001. – 640 с.



## **Зміст модуля II ««Проектна діяльність»»**

### **ТЕМА 3. Сутність проектної діяльності психолога (2 год.).**

Проекти, основні складові та ознаки проекту. Види проектів. Етапи розробки проекту. Характеристика цільової аудиторії. Обґрунтування цілей та визначення завдань проекту. Зміст проекту. Результати та критерії їх оцінки. Бюджет та ресурсне забезпечення проекту.

#### **Семінарське заняття 2. Сутність проектної діяльності психолога (2 год.).**

1. Проекти, основні складові та ознаки проекту.
2. Види проектів.
3. Етапи розробки проекту.
4. Характеристика цільової аудиторії
5. Обґрунтування цілей та визначення завдань проекту.
6. Зміст проекту. Результати та критерії їх оцінки.
7. Бюджет та ресурсне забезпечення проекту.

#### **Самостійна робота студентів 3.**

Підібрати актуальну тематику проектів з психології (аналіз інформації з інтернету на вітчизняних та зарубіжних сайтах).

#### **Література**

##### **Основна:**

8. Богданов В.В. Управление проектами. – М: Манн. – 2013. – 248 с.
9. Бушуев С.Д. Управление проектами: Основы профессиональных знаний и система оценки компетентности проектных менеджеров. – К.: ІРІДІУМ, 2006. – 208 с.
10. Веретенникова В.І., Тарасенко Л.М., Гевлич Г.І. Управління проектами. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 280 с.

##### **Додаткова:**

7. Куправа Т.А. Управление проектами. Вводный курс: Учеб. пособие. – М.: изд-во РУДН, 2008. – 121 с.
8. Словник - довідник з питань управління проектами / Бушуєв С.Д. Українська асоціація управління проектами. – К.: Видавничий дім «Деловая Украина», 2001. – 640 с.

### **ТЕМА 4. Етапи розробки соціального проекту (2 год.).**

Параметри аналізу аудиторії соціального проекту. Три групи завдань соціально-орієнтованих проектів. Стратегії соціальних проектів. Напрямки пошуку проектних рішень. Розробка програми партнерства в соціальному проекті.

#### **Практичне заняття 3. Етапи розробки соціального проекту (2 год.).**

Поетапне створення власного соціального проекту (в підгрупах).

### **Література:**

#### **Основна:**

11. Бушуев С.Д. Управление проектами: Основы профессиональных знаний и система оценки компетентности проектных менеджеров. – К.: ІРІДІУМ, 2006. – 208 с.
12. Веретенникова В.І., Тарасенко Л.М., Гевлич Г.І. Управління проектами. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 280 с.

#### **Додаткова:**

9. Куправа Т.А. Управление проектами. Вводный курс: Учеб. пособие. – М.: изд-во РУДН, 2008. – 121 с.
10. Словник - довідник з питань управління проектами / Бушуев С.Д. Українська асоціація управління проектами. – К.: Видавничий дім «Деловая Украина», 2001. – 640 с.

### **ТЕМА 5. Особливості підготовки наукового проекту (2 год.).**

Вибір тематики проекту. Написання короткої анотації проекту. Підготовка інформаційної карти проекту (в підгрупах).

### **Практичне заняття 4. Особливості підготовки наукового проекту (2 год.).**

Створення власного наукового проекту за схемою: вибір тематики проекту, написання короткої анотації проекту, підготовка інформаційної карти проекту.

### **Самостійна робота студентів 4.**

1. Підготовка презентації проекту.

### **Література**

#### **Основна:**

13. Бушуев С.Д. Управление проектами: Основы профессиональных знаний и система оценки компетентности проектных менеджеров. – К.: ІРІДІУМ, 2006. – 208 с.
14. Веретенникова В.І., Тарасенко Л.М., Гевлич Г.І. Управління проектами. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 280 с.

#### **Додаткова:**

11. Бушуев С.Д., Морозов В.В. Динамічне лідерство в управлінні проектами. – К.: Українська асоціація управління проектами, 1999. – 312 с.
12. Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон. Управление проектами. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 528 с.
13. Товб А.С., Ципес Г.Л. Управление проектами: стандарты, методы, опыт. – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2003. – 240 с.

**Навчально-методична карта дисципліни  
«Маркетинг психологічних послуг»**

**Разом:** 120 год., лекції – 12 год., семінарські заняття – 4 год., практичні заняття – 8 год., модульний контроль – 6 год., самостійна робота – 60 год., семестровий контроль – 30 год.

Тиждень					
Модулі	Модуль I «Стратегії просування психологічних послуг»		Модуль II «Проектна діяльність»		
Кількість балів за модуль	<b>93 бали</b>		<b>68 балів</b>		
Тема	Презентація психологічних послуг.	Он-лайн просування психологічних послуг.	Сутність проектної діяльності психолога.	Етапи розробки соціального проекту.	Особливості підготовки наукового проекту.
Дати					
Лекції	<b>1 бал</b>	<b>2 бали</b>	<b>1 бал</b>	<b>1 бал</b>	<b>1 бал</b>
Практичні заняття	Презентація психологічних послуг. <b>(10 балів)</b>	Он-лайн просування психологічних послуг. <b>(10 балів)</b>	Етапи розробки соціального проекту. <b>(10 балів)</b>	Особливості підготовки наукового проекту. <b>(10 балів)</b>	
Семінарські заняття	Презентація психологічних послуг. <b>(10 балів)</b>		Сутність проектної діяльності психолога <b>(10 балів)</b>		
Самостійна робота	<b>10 балів</b>		<b>10 балів</b>		
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 1, 2 <b>(25+25 балів)</b>		Модульна контрольна робота №3 <b>(25 балів)</b>		
Підсумковий контроль	Загальна сума балів за семестр – <b>60 балів</b> (163 бали з застосуванням коефіцієнта 2,72). Екзамен – <b>40 балів</b> . Усього за курс – <b>100 балів</b> .				

## **Вимоги та критерії оцінювання знань і умінь студентів з курсу «Маркетинг психологічних послуг»**

Навчальні досягнення студентів із дисципліни «Маркетинг психологічних послуг» оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип поопераційної звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок.

Протягом семестру оцінюється робота студентів на семінарських і практичних заняттях, виконання індивідуальних навчально-дослідних та самостійних завдань, модульні контрольні роботи. **До складання екзамену допускаються студенти, які набрали протягом семестру за різні види роботи не менше 35 балів.**

Розрахунок балів проводиться за наступною схемою: робота в семестрі – 60 балів, екзамен – 40 балів. Всього – 100 балів. З метою дотримання прийнятої в Університеті «Системи оцінювання навчальної роботи студентів» застосовано коефіцієнт розширення балів **2,72**. Цей коефіцієнт не застосовується до обрахунку балів за екзамен, щоб запобігти знеціненню кількості балів за цей вид роботи. Формули розрахунків наведені в навчально-методичній карті дисципліни та в таблиці розрахунку рейтингових балів за видами поточного (модульного) та підсумкового контролю.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти, де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у таблиці.

Таблиця 1

**Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) та підсумкового контролю**

<b>№ з/п</b>	<b>Вид діяльності</b>	<b>Кількість рейтингових балів</b>
1.	Відвідування лекцій	8x1=8
2.	Семінарські заняття	2x10=20
3.	Практичні заняття	4x10=40
4.	Модульні контрольні роботи (1,2,3)	3x25=75
5.	Самостійна робота	5x4=20
Загальна сума балів за роботу в семестрі		<b>163</b>
	Коефіцієнт перерахунку $163:60=2,72$	<b>60</b>
	Екзамен	<b>40</b>
Підсумковий рейтинговий бал		<b>100</b>

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- **Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.
- **Методи письмового контролю:** самостійні письмові завдання, модульне письмове тестування.
- **Методи самоконтролю:** уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

**Таблиця відповідності шкали оцінювання ECTS з національною системою оцінювання в Україні та у Київському університеті імені Бориса Грінченка (іспит)**

Рейтингова оцінка	Оцінка за стобальною шкалою	Значення оцінки
<b>A</b>	<b>90 – 100</b> балів	<b>Відмінно</b> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
<b>B</b>	<b>82 – 89</b> балів	<b>Дуже добре</b> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
<b>C</b>	<b>75 – 81</b> балів	<b>Добре</b> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
<b>D</b>	<b>69 – 74</b> балів	<b>Задовільно</b> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності.
<b>E</b>	<b>60 – 68</b> балів	Достатньо – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
<b>FX</b>	<b>35 – 59</b> балів	<b>Незадовільно з можливістю повторного складання</b> – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання.
<b>F</b>	<b>1 – 35</b> балів	<b>Незадовільно з обов'язковим повторним вивчення курсу</b> – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни.

**Питання до екзамену з курсу «Маркетинг психологічних послуг»**

1. Дайте визначення проекту.
2. Назвіть основні помилки психолога при просуванні психологічних послуг.
3. Розкрийте особливості аналізу ринка психологічних послуг.
4. Дайте визначення поняття «робоча ніша» психолога.
5. Назвіть та поясніть принципи визначення робочої ніші психолога.
6. Поясніть поняття «аватар клієнта».
7. Поясніть принципи створення «аватара клієнта».
8. Розкрийте особливості підготовки лінійки продуктів та послуг.
9. Назвіть складові Swot-аналізу проекту.
10. Здійсніть Swot-аналіз власного проекту.
11. Дайте визначення поняття «бренд».
12. Дайте визначення поняття «ДНК бренда».
13. Поясніть поняття «позиціонування бренда».
14. Дайте характеристику основним принципам створення власного бренду або бренду психологічного центру.
15. Розкрийте етапи створення бренду.
16. Опишіть основні характеристики власного бренду.
17. Розкрийте основні принципи створення сайту, його структуру.
18. Підготуйте текст для сайту «Про автора».
19. Обґрунтуйте принципи створення підписної сторінки.

20. Поясніть поняття «воронка продажів».
21. Поясніть особливості функціонування «воронки продажів».
22. Дайте характеристику принципам організації рекламної розсилки.
23. Назвіть всі елементи листа для розсилки.
24. Підготуйте лист для розсилки.
25. Дайте визначення поняття «директ-реклама».
26. Охарактеризуйте особливості створення директ-реклами.
27. Назвіть основні види партнерства.
28. Дайте характеристику особливостям роботи з партнерами.
29. Дайте визначення «вірусного маркетингу».
30. Поясніть особливості «вірусного маркетингу».
31. Назвіть відмінності між вебінарами та майстер-класами.
32. Розкрийте принципи організації вебінарів.
33. Розкрийте принципи організації майстер-класів.
34. Охарактеризуйте особливості роботи з засобами масової інформації.
35. Розкрийте особливості підготовки рукопису до друку
36. Опишіть психологічні та організаційні моменти співробітництва психолога зі ЗМІ
37. Характеристика різних рубрик психологічної просвіти через ЗМІ.
38. Окремі публікації, проблемні виступи в ЗМІ, Коментарі за листами читачів, коментарі до певного матеріалу: вимоги до підготовки таких матеріалів.
39. Участь практичного психолога у телевізійних передачах, як метод реклами психологічної послуг.
40. Коментарі за листами, запитаннями читачів як метод просування психологічних послуг.
41. Розкрийте особливості підготовки оригінальних матеріалів: статей, заміток, коротких повідомлень
42. Поясніть особливості роботи з клієнтами щодо просування психологічних послуг (вебінарів, тренінгів і т.п.).
43. Охарактеризуйте основні принципи підготовки публіцистичної статті.
44. Розкрийте основні складові та ознаки проекту.
45. Дайте характеристику основним видам проектів.
46. Опишіть етапи розробки проекту.
47. Дайте характеристику власної цільової аудиторії.
48. Поясніть принципи вибору цільової аудиторії.
49. Обґрунтуйте цілі та визначте основні завдання вашого проекту.
50. Опишіть складові змісту проекту.
51. Визначте критерії оцінки ефективності проекту.
52. Поясніть складові бюджету та ресурсного забезпечення проекту.
53. Визначте параметри аналізу аудиторії соціального проекту.
54. Назвіть три групи завдань соціально-орієнтованих проектів.
55. Дайте характеристику провідним стратегіям соціальних проектів.
56. Визначте основні напрямки пошуку проектних рішень.

57. Розробіть програму партнерства в соціальному проекті.
58. Підготуйте інформаційну карту проекту.
59. Створіть структуру проекту.
60. Створіть рекламний текст щодо тренінгу.

Альтернативою іспиту є захист власного соціального або наукового проекту, який вже знаходиться на початку реалізації або захист створеного психологічного сайту.

**Критерії оцінки проекту:**

1. Актуальність.
2. Спрямованість на цільову аудиторію.
3. Наявність реальних мети, завдань.
4. Відповідність структурі.
5. Наявність інформаційної карти проекту.
6. Чіткі строки реалізації.
7. Розроблений бюджет та програма партнерства.
8. Наявність чітких критеріїв та методів визначення якості реалізації проекту.
9. Якісна презентація.

**Критерії оцінки сайту:**

1. Відповідність структурі.
2. Наповненість матеріалами.
3. Відповідність матеріалів ніші психолога та цільовій аудиторії.
4. Дизайн.
5. Зрозумілість, актуальність текстів.
6. Якість шрифту.



## ЛІТЕРАТУРА

### Основна:

1. Аакер Д. «Бренд-лидерство: новая концепция брендинга» / Д. Аакер, Э. Йохимшталеер. – Москва; Издательский дом Гребенникова, 2003. – 325 с.
2. Веретенникова В.І., Тарасенко Л.М., Гевлич Г.І. Управління проектами. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 280 с.
3. Котлер Ф. и др. Персональный брендинг / Пер. с англ. М.: Издательский дом Гребенникова, 2008. – 400 с.
4. Пан Л.В. Управління проектами. – К.: Видавничий дім «КМ Академія», 2004 – 139 с.
5. Ромат Е.В. Реклама: учеб. для ВУЗов. – 7-е изд. / Е.В. Ромат. – СПб.: Питер, 2009. – 208 с.
6. Ромат Е. Реклама: Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / 8-е изд./ Ромат Е., Сендеров Д. – СПб.: Питер, 2013. – 512с.
7. Тянь Р.Б., Холод Б.І., Ткаченко В.А. Управління проектами. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 224 с.

### Додаткова:

1. Богданов В.В. Управление проектами. – М: Манн. – 2013. – 248 с.
2. Бушуєв С.Д., Морозов В.В. Динамічне лідерство в управлінні проектами. – К.: Українська асоціація управління проектами, 1999. – 312 с.
3. Бушуєв С.Д. Управление проектами: Основы профессиональных знаний и система оценки компетентности проектных менеджеров. – К.: ІРІДІУМ, 2006. – 208 с.
4. Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон. Управление проектами. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. – 528 с.
5. Куправа Т.А. Управление проектами. Вводный курс: Учеб. пособие. – М.: изд-во РУДН, 2008. – 121 с.
6. Словник - довідник з питань управління проектами / Бушуєв С.Д. Українська асоціація управління проектами. – К.: Видавничий дім «Деловая Украина», 2001. – 640 с.
7. Товб А.С., Ципес Г.Л. Управление проектами: стандарты, методы, опыт. – М.: ЗАО «Олимп - Бизнес», 2003. – 240 с.