



Инициатива финансируется  
Европейским союзом



# КАК ОКАЗЫВАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЕ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛУГИ ОНЛАЙН

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ПОМОГАЮЩИХ ПРОФЕССИЙ



Минск, 2022

УДК 37,015:004  
ББК 88,8  
М74

Рецензент:

Бай Елена Алексеевна, кандидат психологических наук,  
доцент кафедры социальной работы Брестского  
государственного университета имени А.С. Пушкина.

**Мозерова, М.Н.**

М74 Как оказывать качественные психолого-педагогические услуги онлайн :  
методические рекомендации / М.Н. Мозерова, В.Н. Никонович, И.Д. Колядко – Минск :  
Тирас-Н, 2022. – 40 с.

ISBN 978-985-90570-5-2

Настоящее издание разработано в рамках инициативы «SUPP. Качественные онлайн-услуги специалистов помогающих профессий для социально уязвимых групп населения». Инициатива реализуется Республиканским общественным объединением «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО» в рамках проекта международной технической помощи «Поддержка экономического развития на местном уровне в Республике Беларусь». Проект финансируется Европейским союзом и реализуется Программой развития ООН (ПРООН) в партнёрстве с Министерством экономики Республики Беларусь.

Изложенная информация не отражает официальную позицию ПРООН, Министерства экономики Республики Беларусь и Европейского союза.

В издании представлены методы и инструменты для разработки и реализации психолого-педагогических и социальных услуг в онлайн-формате, которые позволят специалистам усовершенствовать и расширить спектр услуг для социально уязвимых групп населения, а также монетизировать свои профессиональные таланты. Помимо текстов публикуются ссылки на видеуроки.

Издание предназначено для специалистов помогающих профессий (психологов, педагогов, логопедов, специалистов по социальной работе и других).

УДК 37,015:004  
ББК 88,8

Производственно-практическое издание

**Мозерова** Маргарита Николаевна  
**Никонович** Виталий Николаевич  
**Колядко** Ирина Дмитриевна

## **Как оказывать качественные психолого-педагогические услуги онлайн**

Методические рекомендации

Редактор: Анна Крючкова  
Дизайн, верстка: Дмитрий Ивановский

Подписано в печать 10.02.2022 г. Формат 60x84/8. Бумага мелованная.  
Печать цифровая. Усл. печ. л. 4.65. Уч. изд. л 4.90. Тираж 100 экз. Заказ 529

Общество с дополнительной ответственностью «Тирас-Н»  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/310 от 23.04.2014 г.  
ул. Филатова, 10а, к. 1а, 220027, г. Минск  
Тел.: +375 29 677 48 21 Email: tiras2000@list.ru

Типография ООО «Типография НьюГрафикс»  
пер. С. Ковалевской, д. 52, пом. 1 кабинет, 220014, г. Минск

ISBN 978-985-90570-5-2

© Мозерова М.Н., Никонович В.Н., Колядко И.Д., 2022  
© Оформление ОДО «Тирас-Н», 2022

# Содержание

---

<a href="#">Введение</a> .....	2
<a href="#">Креативный марафон как эффективный метод поиска востребованных социальных и психолого-педагогических услуг</a> .....	4
<a href="#">Критерии отнесения граждан к категории социально уязвимых</a> .....	10
<a href="#">Организация и проведение индивидуального консультирования в онлайн-формате</a> .....	12
<a href="#">Организация и проведение группового обучения в онлайн-формате</a> .....	14
<a href="#">Интервизия и супервизия как актуальные услуги для помогающих специалистов</a> .....	16
<a href="#">Технология создания востребованной психоло-педагогической услуги</a> .....	17
<a href="#">Обзор онлайн-инструментов для помогающего специалиста</a> .....	21
<a href="#">Монетизация профессиональных услуг</a> .....	24
<a href="#">Заключение</a> .....	27
<a href="#">Глоссарий</a> .....	28
<a href="#">Литература</a> .....	29
<a href="#">Список видеоуроков</a> .....	30
<a href="#">Чек-листы и упражнения</a> .....	32

# Введение

Быстро меняющаяся эпидемиологическая обстановка и возрастающий спрос граждан на услуги в интерактивных и удобных форматах подталкивают специалистов помогающих профессий осваивать новые подходы в работе. Один из таких подходов – оказание услуг онлайн. Это прекрасная возможность для саморазвития, самореализации и дополнительной занятости.

Данное издание разработано в рамках инициативы «SUPP. Качественные онлайн-услуги специалистов помогающих профессий для социально уязвимых групп населения». Инициатива реализуется Республиканским общественным объединением «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО» в рамках проекта международной технической помощи «Поддержка экономического развития на местном уровне в Республике Беларусь». Проект финансируется Европейским союзом и реализуется Программой развития ООН (ПРООН) в партнёрстве с Министерством экономики Республики Беларусь.

Цель инициативы заключается в создании условий для монетизации профессиональной деятельности специалистов помогающих профессий в онлайн-формате и расширения спектра оказываемых ими услуг гражданам из социально уязвимых групп.

Для реализации данной цели нами была апробирована организационно-образовательная модель, включающая следующие компоненты:

- креативный марафон;
- образовательный курс «Качественное консультирование: онлайн, офлайн, смешанно»;
- двухдневная интервизия «Подводные камни в работе с уязвимыми группами»;
- менторская программа для специалистов по содействию в разработке уникальных продуктов для социально уязвимых групп;
- образовательный курс «Открываю и развиваю свое дело»;
- издание методических рекомендаций для специалистов;
- итоговый круглый стол по распространению и популяризации опыта инициативы.

**Креативный марафон** был направлен на поиск актуальных инновационных психолого-педагогических и социальных услуг. Участники марафона имели возможность ознакомиться с успешными практиками приглашенных менторов и разработать собственные идеи перспективных услуг.



После того, как специалисты придумывали идею новой услуги, им необходимо было получить цифровые навыки для воплощения ее в жизнь. Эту задачу решал **образовательный курс**.

**Онлайн-составляющая курса включала пять модулей:**

1. [Введение в онлайн-курс.](#)
2. [Мастерство определения запроса и подбора подходящих методов для работы с клиентом.](#)
3. [Обзор онлайн-инструментов для помогающего специалиста.](#)
4. [Технология создания эксклюзивной психолого-педагогической услуги.](#)
5. [Практикум: проведение выпускниками двух онлайн-мероприятий \(индивидуальной консультации и группового микрообучения\).](#)

Теория и практикумы реализовывались в системе дистанционного обучения Google Класс; вебинары/воркшопы – на платформе для видеоконференций Zoom; коммуникация между участниками – в мессенджере Telegram.

Курс позволил за 8 недель освоить современные онлайн-инструменты, оптимальные для оказания услуг в удаленном доступе.

У участниц и участников учебного курса также была возможность пройти трехдневный

**тренинг «Качественное консультирование»** и получить дополнительные знания и умения.

По итогам обучения участники и участницы были в состоянии создать психолого-педагогические и социальные услуги с учетом специфики различных социально уязвимых групп населения; развивать личный бренд в социальных сетях; проводить индивидуальные консультации и вебинары в онлайн, офлайн, смешанном форматах. Эти знания реализуются на практике.

Чтобы поддержать специалистов, которые впервые запустили свои проекты по оказанию услуг в онлайн-формате, были организованы **интервизии**. На них обсуждались проблемы этического, содержательного, психологического характера, с которыми столкнулись специалисты в процессе оказания услуг социально уязвимым группам. В дальнейшем участники и участницы интервизии поддерживали друг друга в закрытом чате в мессенджере Telegram.

Специалисты, готовые к оказанию услуг самостоятельно, оформляли самозанятость и проводили оплачиваемые консультации и мероприятия. На данном этапе для них создавались индивидуальные профили на онлайн-платформе, проводилась рекламная кампания их услуг, осуществлялась менторская программа по созданию уникальных продуктов.

Опыт указанных мероприятий стал основой данных методических рекомендаций. Их изучение позволит специалистам ознакомиться со способами организации узких профессиональных сообществ, освоить онлайн-инструменты, алгоритм создания и «упаковки» собственной оригинальной услуги, усовершенствовать профессиональные навыки консультирования и оказания образовательных услуг.

VIDЕО



[О курсе «Качественное консультирование: офлайн, онлайн, смешанно»](#)

**Виталий Никонович,**  
специалист  
по социальной работе

## СПРАВКА

Инициатива «SUPP. Качественные онлайн-услуги специалистов помогающих профессий для социально уязвимых групп населения» реализуется с июня 2021 по март 2022 года в Березовском районе Республики Беларусь. В ней аккумулирован опыт обучения и продвижения специалистов помогающих профессий на рынке образовательных и консультационных

услуг РОО «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО», Березовского Территориального центра социального обслуживания населения, индивидуального предпринимателя Ирины Колядко.

Основные целевые группы инициативы: специалисты помогающих профессий, проживающие в Березовском районе (психологи, педагоги, логопеды, специалисты

по социальной работе и др.); граждане Березовского района из социально уязвимых категорий населения (семьи с низким уровнем дохода, безработные, граждане с неполной занятостью, неполные семьи, люди с инвалидностью, женщины и мужчины, находящиеся в отпуске по уходу за ребенком, многодетные семьи, подростки, молодежь и др.).

## Креативный марафон как эффективный метод поиска востребованных социальных и психолого-педагогических услуг



**Креативный марафон – эффективный метод для генерации инновационных идей психолого-педагогических услуг.**

### Технология:

1. Представление профессионального опыта приглашенных менторов и экспертов.
2. Совместное генерирование прототипов новых услуг.
3. Презентация разработанных инновационных услуг.

Менторы представляют свой опыт и компетенции на общей встрече, а затем рассказывают за отдельные столы. Участники марафона выбирают эксперта исходя из своих запросов и интересов и присоединяются к его столу, где ментор проводит консультацию по узкой теме, дает практические рекомендации. За время марафона участники могут посетить несколько столов менторов.

После этого каждый участник/участница генерирует 2-3 идеи новых услуг и записывает их на листе. Одна услуга - на одном листе. Затем эти идеи вывешиваются/раскладываются

таким образом, чтобы каждый мог ознакомиться с ними. При помощи менторов идеи сортируются и объединяются по тематическим направлениям.

Затем участники/участницы выбирают те идеи, которые им понравились, и наклеивают стикеры со своей фамилией на лист с выбранной услугой. Таким образом формируются команды, готовые доработать идеи и разработать прототип услуг.

Затем каждая команда презентует плод своих творческих усилий по определенному шаблону: новизна, значимость, результат услуги, привлекательное название и цепляющая фраза.

Более подробно о технологии расскажем на примере Креативного марафона в Березовском районе, в котором приняли участие более 70 специалистов из различных регионов Беларуси.

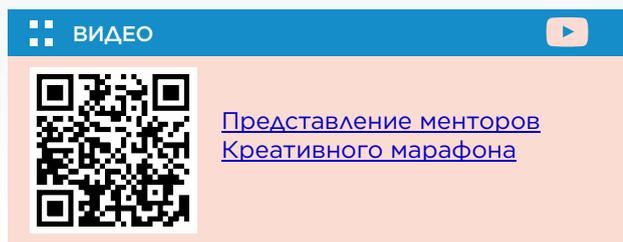
### МАТЕРИАЛЫ



[Программа мероприятия «Креативный марафон»](#)

## Знакомство с опытом менторов

В первой части мероприятия участники познакомились между собой, изучили опыт приглашенных менторов и экспертов, оказывающих психолого-педагогические услуги в разных форматах.



Менторы представили следующие тематические направления:

**Наталия Масловская**, член Правления, координатор по Брестской области РОО «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО»

### Актуальные психолого-педагогические услуги для детей особой заботы:

- опыт ГУСО «Центр коррекционно-развивающего обучения и реабилитации» Ляховичского района в оказании психолого-педагогических услуг детям;
- новые вызовы в сфере оказания услуг детям особой заботы.

**Людмила Мороз**, директор ТЦСОН Березовского района

### Востребованные услуги для граждан из социально уязвимых групп:

- краткая характеристика социально уязвимых категорий населения;
- информационная справка о запросах клиентов Березовского ТЦСОН;
- новые запросы от граждан Березовского района в эпоху пандемии COVID-19.

**Анастасия Кадомская**, психолог, менеджер образовательных проектов

### Личный бренд специалистов помогающих профессий:

- определение своих сильных сторон и особенностей как специалиста;
- как понять, за что люди будут платить вам деньги;
- выбор направления своего проекта.

**Анна Высоцкая**, ведущий специалист по защите прав ребенка

### Цифровая компетентность современного специалиста помогающих профессий:

- Европейская модель цифровых компетенций DigComp (обзор, самооценка, постановка образовательных целей);
- доступные возможности, способы профессионального развития и самосовершенствования.

### Как перейти в онлайн быстро и легко:

- опыт некоммерческой организации по переводу социальных услуг в онлайн;
- как максимизировать возможности и преодолевать ограничения в онлайн-работе;
- бесплатные и простые онлайн-инструменты в помощь.

**Ирина Колядко**, психолог, основательница SUPP

### Трудности в работе предпринимателя:

- как работать с недовольными клиентами; нужно ли собирать обратную связь о своем продукте;
- как работать эффективно в постоянно меняющихся условиях.

### Потенциал социальных сетей во взаимодействии с клиентами:

- к чему приводят останавливающие убеждения;
- вам есть чем поделиться с другими, даже если вы думаете, что нет;
- польза социальных сетей в опыте реализации проекта SUPP.

**Виталий Никонович**, специалист по социальной работе

### Как каждый месяц создавать новый образовательный продукт:

- какие 5 вопросов нужно задать себе и почему нужны коллаборации;
- «вкусный анонс» и эксперименты с форматами мероприятий.

### 5 секретов проведения интересного мероприятия в zoom.

**Ирина Грабцевич**, психолог, ведущая групп поддержки онлайн

#### Как воплощать свои идеи в жизнь:

- что может помочь возникновению идеи; польза нетворкинга и ресурсы для воплощения идеи в жизнь;
- метод Уолта Диснея в реализации проекта.

#### Как справиться со страхом онлайн-выступлений:

- глубинные причины страха публичных выступлений;
- почему онлайн выступать сложнее;
- что помогает справиться со страхом и произвести приятное впечатление.

**Валентина Василенко**, равный консультант

#### Что такое равное консультирование:

- особенности равного консультирования подростков;
- почему равное консультирование не может заменить общение со специалистом.

### Генерация идей

Во второй части марафона состоялась «Лаборатория креативных идей»: участники и участницы определяли, какие целевые группы особенно нуждаются в помощи специалистов помогающих профессий и почему; какие темы уже востребованы клиентами (есть устойчивый спрос); на какие темы спрос формируется (не устойчивый, но с постоянным ростом); на какие темы спрос падает; какие форматы услуг удобны для клиентов.

Затем они придумывали идеи услуг и объединялись в команды единомышленников для их будущей реализации.

Тематика и идеи услуг, которые были обозначены участниками как перспективные для реализации, можно посмотреть в таблице на [стр.7](#).

### Презентация услуг

В третьей части марафона участницы и участники объединялись в группы и готовили питчи с презентациями инновационных психолого-педагогических услуг, которые могут быть востребованы у граждан Берёзовского района.

**В итоге на Креативном марафоне были созданы и представлены следующие идеи услуг:**

#### Тренинг «Нейропрофилактика деменции»

(авторы: Кристина Бобко, Наталья Лемешевская);

#### Онлайн-курс «Финансовое воспитание детей»

(авторы: Светлана Леонова, Татьяна Фадеева, Надежда Юркевич, Екатерина Мостыко, Галина Юшкевич, Анна Артымчук);

#### Тренинг «Нейрореабилитация после Covid-19»

(авторы: Елена Гадалова, Ольга Герасимович, Надежда Савицкая, Диана Гайдукович, Ирина Яценя);

#### Услуга по организации выходных с семьёй

#### «Психологическая перезагрузка путем единения с природой»

(авторы: Екатерина Наталич, Людмила Хинько);

#### Молодежная онлайн-платформа

#### «Не дави – отвали»

(авторы: Татьяна Кецко, Маргарита Кецко, Елена Грицук);

#### Школа молодых родителей «HAPPY FAMILY»

(авторы: Оксана Полячук, Елена Бай, Ольга Калюта);

#### Анонимный чат «Вопрос взрослому

#### от подростка»

(авторы: Ирина Юркевич, Елена Хлебц, Елена Зорко);

#### Телеграм-канал для подростков «100 и 1 ответ»

(авторы: Елена Онуфриук, Дарья Сатишур);

#### Обучающий кружок для людей

#### с инвалидностью «Фототерапия»

(авторы: Маргарита Новицкая, Елена Грицук);

#### Вебинар «Профориентация: как выбрать профессию по способностям и интересам выпускнику с ОПФР»

(авторы: Наталья Мороз, Кристина Корзун).

В итоге 11 помогающих специалисток продолжили деятельность в Инициативе и стали выпускницами онлайн-курса «Качественное консультирование: онлайн, офлайн, смешанно». Они создали собственные онлайн-услуги и провели более 40 индивидуальных онлайн-консультаций, более 15 вебинаров и 2 онлайн-интервью, в которых приняло участие более 150 человек из Беларуси, России, Украины, Молдовы, Грузии, Казахстана и Узбекистана.

## ИДЕИ УСЛУГ ДЛЯ ГРАЖДАН ИЗ СОЦИАЛЬНО УЯЗВИМЫХ ГРУПП

## ДЕТИ

ТЕМЫ	ИДЕИ УСЛУГ
Актуализация личностного потенциала ребенка (развитие, обучение, профессиональное самоопределение)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● онлайн-курс по саморазвитию подростков в трех возрастных периодах;</li> <li>● телеграм-канал для подростков «100 и 1 ответ»;</li> </ul>
Инклюзия	<ul style="list-style-type: none"> <li>● онлайн-занятия для детей с нарушениями звукопроизношения;</li> <li>● образовательный курс для детей по выбору профессии;</li> <li>● социальная программа поддержки отвергаемых обществом детей;</li> <li>● воркшоп «Пантомима как средство реализации творческого потенциала детей с особенностями»;</li> </ul>
Взаимоотношения детей со сверстниками	<ul style="list-style-type: none"> <li>● серия онлайн-тренингов по обучению взаимодействию нейротипичных детей и детей особой заботы;</li> </ul>
Аддикции у детей	<ul style="list-style-type: none"> <li>● серия онлайн-практикумов «Подросток в телефоне».</li> </ul>

## РОДИТЕЛИ

ТЕМЫ	ИДЕИ УСЛУГ
Детско-родительские отношения	<ul style="list-style-type: none"> <li>● семейный центр «Всё возможно» (психологическая онлайн и офлайн-поддержка семьи);</li> </ul>
Что делать родителям детей, совершивших попытку суицида	<ul style="list-style-type: none"> <li>● консультирование семьи по вопросу организации комфортной домашней среды;</li> </ul>
Родительская неуверенность	<ul style="list-style-type: none"> <li>● онлайн-курс для родителей детей от 0 до 10 лет «Я родитель, который признает уникальность своего ребенка и знает, как его направить в жизни»;</li> </ul>
Планирование родительства	<ul style="list-style-type: none"> <li>● сопровождение пар, которые готовятся к родительству (смешанное консультирование, практикумы).</li> </ul>

## ПОЖИЛЫЕ ЛЮДИ

ТЕМЫ	ИДЕИ УСЛУГ
Укрепление здоровья пожилых людей	<ul style="list-style-type: none"> <li>● консультирование, серия занятий для пожилых людей в различных форматах «Нейропрофилактика деменции», «Нейрореабилитация после Covid-19», «Здоровое питание»;</li> </ul>
Информирование пожилых людей по социальным и психологическим вопросам	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ютуб-канал от и для пожилых людей;</li> </ul>
Поиск единомышленников для совместного досуга	<ul style="list-style-type: none"> <li>● онлайн-комьюнити для пожилых людей;</li> </ul>
Организация культурного досуга пожилых людей	<ul style="list-style-type: none"> <li>● кружки в смешанной форме обучения «Уверенный пользователь Интернет», йога и др.</li> </ul>

## СПЕЦИАЛИСТЫ ПОМОГАЮЩИХ ПРОФЕССИЙ

ТЕМЫ	ИДЕИ УСЛУГ
Эмоциональное выгорание	<ul style="list-style-type: none"> <li>● практикумы по профилактике эмоционального выгорания, группы интервизии;</li> </ul>
Профессиональное развитие	<ul style="list-style-type: none"> <li>● онлайн-курс по арт-терапии для педагогов, работающих с детьми с особенностями;</li> </ul>
Нетворкинг	<ul style="list-style-type: none"> <li>● онлайн-пространство для специалистов помогающих профессий для обмена опытом.</li> </ul>

## ПРИМЕРЫ



### Онлайн-встреча Где маме найти ресурсы на себя?

08 ОКТЯБРЯ 2021 В 18.00



Для регистрации пишите в директ

- Онлайн-встреча «Где маме найти ресурсы»
- (автор Надежда Савицкая)

27 ОКТЯБРЯ 2021  
19 00  
ZOOM

Знакомство с перчаточной куклой. Арт-терапия в действии

Проводит ремесленник  
Надежда Юркевич

- Мастер-класс «Знакомство с перчаточной куклой»
- (автор Надежда Юркевич)

### КАК ПОСТРОИТЬ СВОЙ ДЕНЬ, ЧТОБЫ НЕ РАСПЫЛЯТЬСЯ?

21 октября  
в 19.00

ZOOM

- Вебинар «Как планировать свой день, чтобы не расплыться»
- (автор Виктория Ильшешевич)

ПОЧЕМУ МЫ ПЕРЕЕДАЕМ?

*Как не переедать?*

онлайн-ивент о расстройствах пищевого поведения

Татьяна Юлия Мирзикаян  
специалист по работе с пищевыми расстройствами

подробности в Директ

- Онлайн-ивент «Как не переедать»
- (автор Юлия Мирзикаян)

## ВИДЕО



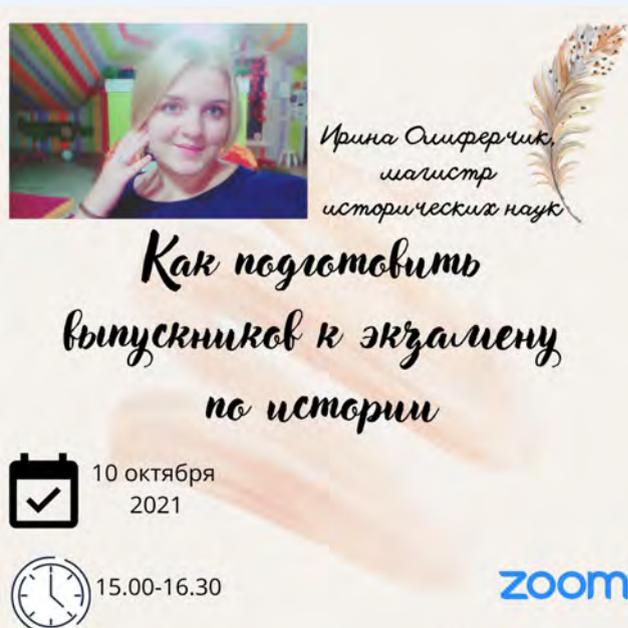
[Онлайн-мероприятия выпускниц смешанного курса «Качественное консультирование: онлайн, офлайн, смешанно»](#)

## ПРИМЕРЫ



zoom с 4 ноября  
**Исцеление  
детско-родительских  
отношений**  
РЕГИСТРАЦИЯ ПО ССЫЛКЕ

- Онлайн-ивент, цикл консультаций «Исцеление детско-родительских отношений» (автор Елена Козека)



Ирина Олиферчик,  
магистр  
исторических наук

**Как подготовит  
выпускников к экзамену  
по истории**

10 октября  
2021

15.00-16.30

zoom

- Мастер-класс «Как подготовить выпускников к экзамену по истории» (автор Ирина Олиферчик)

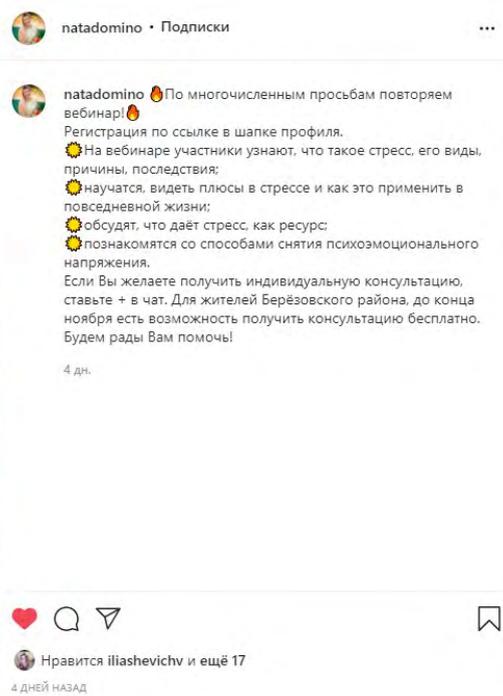


04 ноября в 18.30 - 19.30  
**ВЕБИНАР ZOOM**  
бесплатно

**Как научиться жить так,  
чтобы стресс не мешал  
быть счастливым**

МАРИЯ Самусевич  
НАТАЛЬЯ Домино  
БРЕСТ БЕРЕЗА

- Вебинар «Как научиться жить так, чтобы стресс не мешал быть счастливым» (авторы Мария Самусевич, Наталья Домино)



natadomino • Подписки

natadomino По многочисленным просьбам повторяем вебинар! 🍷  
Регистрация по ссылке в шапке профиля.  
☀️ На вебинаре участники узнают, что такое стресс, его виды, причины, последствия;  
☀️ научатся видеть плюсы в стрессе и как это применить в повседневной жизни;  
☀️ обсудят, что даёт стресс, как ресурс;  
☀️ познакомятся со способами снятия психоэмоционального напряжения.  
Если Вы желаете получить индивидуальную консультацию, ставьте + в чат. Для жителей Берёзовского района, до конца ноября есть возможность получить консультацию бесплатно. Будем рады Вам помочь!

4 дн.

Нравится iliashevichv и ещё 17

4 ДНЕЙ НАЗАД

## ВАЖНО!

На этапе формирования идеи услуги необходимо привлекать представителей целевой аудитории, с которой работает помогающий специалист. Это поможет узнать реальные потребности и запросы потенциальных клиентов и создать действительно востребованную услугу.

## Критерии отнесения граждан к категории социально уязвимых

Оказание услуг и помощь социально уязвимым гражданам может стать фундаментом социального предпринимательства с оправданной инвестицией<sup>1</sup>. Опыт разработки уникальных и востребованных услуг для уязвимых, нуждающихся, попавших в трудную ситуацию людей привлекает внимание средств массовой информации, блогеров, социально ответственных предпринимателей.

Как правило, социальная уязвимость ассоциируется с малообеспеченностью, однако ее причиной могут быть психологические состояния, временные трудности в обучении, работе и т.п., с которыми человек не может справиться самостоятельно. Опыт реализации инициативы показывает, что спрос на оплачиваемые услуги помогающих специалистов со стороны социально уязвимых категорий граждан растет.

Понимание причин и факторов социальной уязвимости целевой аудитории позволяет специалисту составить социальный портрет клиента (группы), помочь ему сформулировать запрос в консультации и совместно разработать стратегию решения проблемной ситуации.

Исходя из того, что социальная уязвимость, как правило, связана с дисфункциями в какой-либо сфере жизни, выделяются 6 основных критериев отнесения граждан к категории социально уязвимых: нормативные, возрастные, демографические, физиологические, социальные, психологические.

*Нормативные критерии* связаны с **нормативно-правовой базой**, определяющей перечень граждан, относящихся к малообеспеченным, нетрудоспособным, нуждающимся в социальном обслуживании и т.п.

*Возрастные критерии* обусловлены **возрастной периодизацией** жизни человека и принятой в обществе **системой возрастной стратификации**. Так, в нашей стране к категориям социально уязвимых по возрастному критерию относятся дети (до 18 лет), молодежь

(от 14 до 31 года), люди пожилого возраста (60 и более лет).

*Демографические критерии* включают **половозрастные показатели, национальную принадлежность, миграционный статус** клиента.

*Физиологические критерии* связаны с **особенностями статуса здоровья клиента**, наличием заболеваний или физиологических состояний, детерминирующих социальную уязвимость.

*Социальные критерии* обусловлены **семейным, образовательным, профессиональным и другими статусами** клиента. Изучение социальных критериев может указывать на роль микросоциума в причинности или возможности решения проблем клиента.

*Психологические критерии* связаны с **эмоциональным состоянием клиента**, его личностными и характерологическими особенностями.

### ПРИМЕР

Рассмотрим пример составления социального портрета клиентки. На консультацию к психологу по проблеме домашнего насилия обратилась женщина, гражданка Беларуси, 32 года, мать троих детей. Женщина с детьми приехала из областного города в провинцию к родственникам. Возвращаться домой она боится. Испытывает состояние тревожности, жалуется на плохой сон.

### ВИДЕОУРОК



[«Критерии отнесения граждан к категории социально уязвимых групп»](#)

Маргарита Мозерова

<sup>1</sup> Результаты исследования социального предпринимательства в Беларуси М.А. Подберезкин, О.Н. Ерофеева

ТАБЛИЦА КРИТЕРИЕВ

КРИТЕРИЙ	СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ КЛИЕНТА
нормативный	имеет статус многодетной семьи
возрастной	трудоспособный возраст
демографический	женщина, жительница областного города
физиологический	физиологически здорова
социальный	замужем, семья имеет средний доход, женщина работает в сфере обслуживания, образование среднее специальное
психологический	тревожность, возможно, депрессия

## ПРИМЕР

Составление социального портрета клиентки позволяет определить «зоны уязвимости» и продуктивно работать с состоянием тревожности и депрессии, зная основную причину запроса. Имея данные о нормативном статусе клиентки, можно заранее поинтересоваться у компетентного специалиста/коллеги о предусмотренных законодательством льготах для многодетных матерей. Информация о физиологическом и социальном статусах (здорова, есть родственники, к которым она может обратиться в случае переезда, имеет опыт работы в сфере обслуживания, на которую высокий спрос) позволит определить ресурсы и перспективы для клиентки.

## СПРАВКА

**Востребованные услуги для граждан из социально уязвимых групп на примере работы ГУ «Березовский ТЦСОН» (справка подготовлена в рамках Креативного марафона)**

Наши основные целевые группы: инвалиды и граждане пожилого возраста; лица, признанные судом недееспособными или ограниченными в дееспособности; малообеспеченные семьи, воспитывающие детей; семьи с детьми-инвалидами; семьи, в которых дети находятся в социально опасном положении или признаны нуждающимися в государственной защите; лица сиротской категории; лица, освободившиеся из мест лишения свободы; лица без определенного места жительства; граждане, пострадавшие от техногенных катастроф и стихийных бедствий; пострадавшие от насилия в семье и др. На учете в центре состоит 21 058 граждан социально уязвимых категорий населения. За 6 месяцев 2021 года по вопросам материальной

поддержки и оказания государственной адресной социальной помощи обратились 41,2 %, по вопросам надомного обслуживания – 29 %, за техническими средствами социальной реабилитации – 13 %. За вещевой помощью обратились 65 граждан из социально уязвимых категорий населения, за психологической – 130, за юридической – 11. Консультационно-информационные услуги получили 947 граждан.

В настоящее время в нашем районе свыше 190 граждан предпочитают социальное обслуживание в новых формах жизнеустройства пожилых людей и инвалидов: патронатные, гостевые, приемные, замещающие семьи, дома зимовки, взаимопомощи и социальной поддержки. На дистанционную форму занятий перешли многие получатели услуг в кружках, мастерских и клубах, которых только при центре насчитывается больше 25.

В связи с наличием повышенной тревожности у людей преклонного возраста с 2020 г. внедрена новая форма оказания социальных услуг по психологическому сопровождению граждан, находящихся на надомном обслуживании – «Служба хорошего настроения». Психолог центра оказывает услугу на дому, по телефону, скайпу. В итоге у граждан отмечается улучшение эмоционального состояния, сна, общего самочувствия и стрессоустойчивости.

На 27% выросло количество консультаций по телефону по вопросам социального обслуживания, налаживания межличностных отношений. Рост обращений в дистанционной форме составил 3,6 %. Реалии сегодняшнего дня подсказывают обратить более пристальное внимание на оказание востребованных консультационных, психолого-педагогических и иных видов услуг в онлайн-формате.

# Организация и проведение индивидуального консультирования в онлайн-формате

**Наиболее востребованные услуги, которые оказывают специалисты помогающих профессий, – консультационные. Спрос на них формируется исходя из актуальных потребностей граждан в решении возникающих трудностей, с которыми они не могут справиться самостоятельно.**

**Консультирование** – это процесс взаимодействия между профессионально компетентным консультантом и клиентом с целью оказания ему помощи в принятии решений относительно обстоятельств его жизни.

В структуре индивидуальной консультации можно выделить пять этапов:

1. Установление контакта.
2. Сбор информации.
3. Формулирование ожидаемого результата.
4. Практическая деятельность.
5. Подведение итогов.

До начала консультации у специалиста есть возможность предварительно собрать информацию о клиенте, выслав ему/ей регистрационную анкету.

**1. Установление контакта.** На первой встрече с клиентом специалист очерчивает область своей профессиональной компетентности, настраивает клиента на работу.

**2. Сбор информации.** На этом этапе консультант уточняет запрос клиента. Запрос – это жалоба или просьба, преобразованная в конкретную желаемую цель. Когда цель понятна, тогда ясны и методы ее достижения.

Рассмотрим три варианта формулирования запроса клиентом и способы его уточнения.

**Клиент пришел с нечетким запросом.**

Рекомендации:

- Помогайте направить запрос клиента на себя.
- Если клиент заявляет о множестве затруднений, выясните приоритетный запрос: «Как вам кажется, какая из перечисленных проблем наиболее важная?», «Вы упомянули несколько проблем. Какую из них хотели бы разрешить в первую очередь?»

Подчеркните, что решение одной проблемы может помочь в решении других.

**Клиент пришел с жалобой.**

Рекомендации:

- Трансформируйте жалобу в конкретный запрос: «Как это изменить, чтобы ситуация вас устроила?»

**Клиент пришел без запроса.**

Рекомендации:

- Используйте общие вопросы, например: «Чем я могу помочь?», «Что бы вам хотелось понять?», «Что вам хотелось бы приобрести в результате консультирования?».
- Определите причину неудовлетворенности клиента: «Что можно сделать, чтобы немного уменьшить напряжение?»; «Что мешает вам это сделать?».
- Уточните, чего клиент точно не хочет: «Я устал от своей нерешительности, ревности...». Поинтересуйтесь, в чем заключается состояние, противоположное названному: «Если не будет ревности, то какое свойство должно появиться на его месте?».
- Предложите пофантазировать о желаемом будущем: «Представим, что мы в будущем и вашей проблемы уже не существует. Я интересуюсь, как выглядит теперь ваша жизнь. Что вы мне ответите?».

ВИДЕОУРОК



«Суть индивидуальной консультации: цель, задачи, этапы проведения»

Ирина Колядко

### 3. Формулирование ожидаемого результата.

На этом этапе консультант формулирует итоговую цель работы исходя из запроса клиента. Это можно сделать с применением техники Smart.

ФОРМУЛА SMART	
ЗНАЧЕНИЕ	КЛЮЧЕВОЙ ВОПРОС
Specific (Конкретность)	Что хотим достичь?
Measurable (Измеримость)	В чем/как будет измеряться результат?
Attainable (Достижимость)	За счёт чего планируется достичь цель и возможно ли это в целом?
Relevant (Уместность)	Действительно ли выполнение намеченных шагов позволит достичь желаемой цели?
Time-bound (Срок)	Когда цель должна быть достигнута?

Цель должна быть привлекательной. Формулировать ее нужно в позитивных терминах: «что узнать, приобрести, выработать» вместо «чего не испытывать, не делать и т.п.». **Важно не бегство от чего-то, а движение к чему-то.** Должно быть понятно, по каким конкретным признакам (показателям) можно судить о том, что цель действительно достигнута. Необходимо периодически проверять сделанные шаги и вовремя отмечать успехи в продвижении к цели.

О признаках желаемого результата можно узнать с помощью прямых вопросов: «Как вы поймете, что произошли изменения?», «Каким образом изменится ваше состояние, что вы почувствуете?».

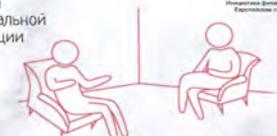
**4. Практическая деятельность.** На данном этапе прорабатываются варианты решения запроса клиента и выбирается оптимальный. Консультант подбирает актуальные техники, упражнения, средства взаимодействия с клиентом в соответствии с его запросом. Применяются методические материалы, используются онлайн-средства (задания на онлайн-досках, онлайн-тренажеры, обучающие курсы, дополнительная литература).

**5. Подведение итогов.** На завершающем этапе резюмируются достижения клиента в решении проблемы. Эффективность консультации можно отследить с помощью

экологической проверки. В этом помогут следующие вопросы:

- Что нового было для вас в данной консультации?
- Изменилось ли ваше отношение к проблеме (ситуации) после консультации?
- Стали ли вы ощущать себя по-другому? Если да, то как?
- Что именно вы собираетесь делать сегодня, завтра, чтобы реализовать намерения, которые наметили в ходе консультации?

■ ■ ■ **ЧЕК-ЛИСТ**



Структура индивидуальной консультации

**Установление контакта**

---

**Сбор информации**

---

**Формулирование ожидаемого результата**

---

**Практическая деятельность**

---

**Подведение итогов**

- знакомство;
- создание рабочей атмосферы;
- ориентация в проблеме;
- уточнение запроса;
- формулирование итоговой цели работы согласно запросу клиента;
- построение индивидуального маршрута решения проблемы;
- рассмотрение альтернативных и выбор оптимального способов решения проблемы;
- выполнение заданий консультанта;
- обобщение достигнутых результатов;
- обратная связь.

■ ■ ■ **ЧЕК-ЛИСТ**



Как организовать индивидуальную онлайн-консультацию

**Онлайн регистрация клиента**

---

**Подготовка места**

---

**Подготовка необходимых для проведения работы материалов**

---

**Технический компонент**

---

**Проведение консультации**

- гугл-форма, ссылка на встречу, реквизиты для оплаты;
- удобное кресло,
- стол для компьютера, держатель для телефона /планшета,
- шумоизоляция
- бумага для записи, тесты и др.
- установка программы,
- проверка интернета,
- подключение и проверка гарнитуры (микрофон, наушники, камера)
- чек-лист " Структура индивидуальной консультации"

# Организация и проведение группового обучения в онлайн-формате

В структуре группового обучающего мероприятия можно выделить три основных блока:

1. Вводная часть.
2. Основная часть.
3. Заключение.

**Вводная часть.** Временные рамки первого блока составляют примерно 1/5 часть мероприятия. Специалист представляется и обозначает область своей профессиональной компетентности, историю либо причину организации события, его актуальность. Уточняются запросы и ожидания участников, определяются правила межличностного взаимодействия, оглашается план работы/программа мероприятия. Специалист мотивирует участников к обучению, настраивает на учебный процесс.

**Основная часть.** Второй блок направлен на усвоение основного содержания занятия. Универсальный подход предполагает разбивку

теоретического материала на компоненты, изложение которых займет не более 7 минут. Для переключения внимания используются примеры, практические упражнения, которые можно комбинировать. Информация должна резюмироваться. Оптимальная схема теоретического компонента: **«информация – пример – упражнение – резюме»**. То есть, если теоретическая часть мероприятия составляет 20 минут, то спикер должен донести информацию в три подхода (по 7 минут), используя между ними примеры, интерактивные техники и другие приемы.

**Заключительная часть.** Временные рамки третьего блока составляют примерно 1/5 часть мероприятия. Специалист обобщает и подводит итоги совместной деятельности, дает полезные рекомендации, ссылки на информационные источники по теме мероприятия, домашнего задания (без проверки). Также он настраивает участников на практическое применение приобретенного опыта в жизни.

☐☐☐ **ЧЕК-ЛИСТ**

**Структура группового обучающего мероприятия**

**Вводная часть**

- представление ведущего (обозначить свою компетентность в теме мероприятия);
- ознакомление с Программой мероприятия;
- опрос (уточнение запроса) участников, их мотивирование к обучению;

**Основная часть**

\*теорию делим на одинаковые структурные компоненты!

- донесение ключевой теоретической информации участникам (5-7 минут);
- пример;
- упражнение на закрепление;
- резюме;

**Заключительная часть**

- ответы на вопросы по содержанию мероприятия;
- обратная связь;
- побуждение к реализации полученных знаний в жизни;
- закрытие мероприятия ( вручение сертификатов, фото на память).

Чек-лист разработан в рамках инициативы «ЮНФП. Качественные рабочие инструменты» (инициатива «рабочие инструменты для социальных изменений: группы поддержки», финансируемая Европейским союзом. Инициатива «рабочие инструменты» реализуется в рамках проекта «Информационная коммуникация: поддержка профессионального развития на национальном уровне в Республике Беларусь. Проект» финансируется Европейским союзом и реализуется Программой развития ООН (ПРООН) в партнерстве с Министерством образования Республики Беларусь.

☐☐☐ **ЧЕК-ЛИСТ**

**Как организовать групповую онлайн-встречу**

**Планирование**

- определить ЦЕЛЬ, тему и форму мероприятия, дату и время его проведения;
- выбрать подходящую онлайн платформу: следует учесть количество участников, возможности платформы в реализации интерактивного взаимодействия;

**Набор группы**

- разработать анонс, афишу, форму регистрации на мероприятие;
- распространить информацию о событии (страница в социальных сетях / анонс в инстаграм и на аккаунтах партнеров / рассылка / платная реклама);
- разослать программу мероприятия, уточнить возможность присутствия у зарегистрировавшихся (не позже, чем за 1 день до начала мероприятия);

**Проведение (день события)**

- проверить технику, работу камеры, микрофона, доступ к презентации;
- за 30 минут до мероприятия повторно разослать участникам ссылку на подключение, предложить проверить работоспособность техники, можно добавить фразу-мотивацию к участию в онлайн-событии;

**кнопка ЗАГИСЬ**

- представиться, напомнить о цели мероприятия, ознакомить с планом работы, правилами межличностного взаимодействия;
- при проведении мероприятия придерживаться тайминга, использовать методы интерактивного взаимодействия (работа в сессионных залах, онлайн-тренажеры, онлайн-доски и др.);

**Подведение итогов**

- получить обратную связь от участников о мероприятии (реакции, чат, опросы, оценочная анкета);
- закончить онлайн-эфир;
- выслать участникам обещанные материалы;
- P.S разместить заметку о мероприятии в своём аккаунте в социальной сети

## УПРАЖНЕНИЕ «РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫХ СИТУАЦИЙ»



Во время проведения группового мероприятия могут возникать неожиданные ситуации и проблемы. Это упражнение поможет вам подготовиться к их решению.

- **Ситуация 1.** Онлайн-встреча. Вебинар, групповое обучение. Мама одной из участниц вошла в комнату и решила напомнить дочери, что нужно помыть посуду и выгулять собаку. О том, что проходит онлайн-встреча, мама не знала.

*Как поступить преподавателю?*

*Можно ли было избежать данной ситуации?*

**Возможное решение:** Преподаватель может перевести ситуацию в шутку, обратить внимание всех участников на то, что микрофон должен быть включен только у того, кто говорит. Ситуации можно было избежать, заранее обсудив правила встречи либо используя техническую функцию отключения микрофонов участников. В предварительной рассылке можно привести примеры неудобных ситуаций и попросить участников продумать организационные и технические аспекты подготовки к встрече.

- **Ситуация 2.** Онлайн-встреча. Вебинар, групповое обучение. Во время онлайн-встречи (бесплатная конференция zoom) произошло пиратское вмешательство. Вместо презентации спикера на экране демонстрируются неприличные символы, к конференции подключен неизвестный человек, который нецензурно выражается, смеется.

*Как поступить преподавателю?*

*Можно ли было избежать данной ситуации?*

**Возможное решение:** Можно договориться о продолжении встречи по новой ссылке и завершить конференцию. Затем сформировать новую ссылку на встречу с закрытым входом с предварительной регистрацией. Ситуации можно было избежать, запланировав конференцию в zoom с функцией «Зал ожидания».

- **Ситуация 3.** Смешанное консультирование. После очной консультации с клиентом ведется переписка. Во время переписки вы отправляете сообщение, в котором употребляется нецензурное слово в адрес клиента – сработала замена функции Т9. Вы замечаете это только после отправки. Клиент прочитал ваше сообщение.

*Как поступить консультанту?*

*Можно ли было избежать данной ситуации?*

**Возможное решение:** Можно отправить следующее сообщение с правильной формулировкой, сделать пометку «Извините, предыдущее сообщение изменено функцией Т9». Ситуации можно было избежать, внимательно перечитав сообщение до отправки.

- **Ситуация 4.** Очная встреча. Групповое обучение (семинар). Во время мероприятия участник решил привести пример ситуации, в которой огласил личные данные действующих лиц, дал комментарий своего видения ситуации, критикуя поведение тех, о ком рассказал.

*Как поступить преподавателю?*

*Можно ли было избежать данной ситуации?*

**Возможное решение:** Преподаватель может напомнить всем участникам об этических правилах поведения и ответственности за нарушение принципа конфиденциальности, возможно, исключить участника в связи с нарушением ключевого этического принципа в работе группы. Ситуации можно было избежать, согласовав правила работы в группе в начале занятия либо до встречи, возможно, разместив их в колонтитулах презентации.

### ВИДЕОУРОК



[«Суть группового обучения»](#)

Маргарита Мозерова

# Интервизия и супервизия как актуальные услуги для помогающих специалистов

Специалисты помогающих профессий также, как и их клиенты, нуждаются в поддержке. Эффективными методами такой поддержки являются интервизия и супервизия.

**Группа интервизии** – группа личного опыта, где практикующие специалисты обсуждают психотерапевтические случаи, вызывающие затруднения в работе.

Чаще всего специалисты обращаются в группы интервизии ввиду сложностей в работе с клиентами, нехватки ресурсов для профессионального развития, непонимания со стороны руководства и коллег, недостатка знаний и опыта.

#### Примерный сценарий групповой встречи:

1. Знакомство, выявление запроса каждого участника/участницы.
2. Обсуждение запросов участников/участниц.
3. Подведение итогов встречи, рефлексия.

#### Чек-лист возможной повестки групповой работы:

- Тематика встреч: «Обсуждение случаев из практики работы специалистов».
- Количество участников: до 8 человек.
- Частота встреч: по запросу/один раз в две недели.

- Продолжительность: до 1,5 часов.
- Количество случаев для обсуждения: 3-4.
- Время для обсуждения одного случая: до 20 минут.

#### Правила интервизии:

- конфиденциальность (все, что происходит в рамках группы, не выносится за её пределы);
- соблюдение личных границ каждого участника группы;
- уважение права на существование и корректное выражение любых чувств;
- обсуждение личной, а не сторонней ситуации;
- избегание роли «терапевта».

Проведение интервизионных групп может осуществляться в онлайн и офлайн-форматах, быть услугой как от помогающего специалиста, так и для него.

**Супервизия** – оказание услуги опытным и профессионально компетентным специалистом менее опытному лицу для расширения или углубления его личной, социальной и профессиональной компетенции.

Супервизор старается создать особую атмосферу взаимопонимания, безопасности, так называемую «заповедную зону». Такое открытое взаимодействие способствует свободному обсуждению и совместному решению профессиональных проблем, осмыслению и принятию чувств (в том числе негативных), приобретению новых знаний и формированию позитивного отношения к своей профессии и профессиональному сообществу. Взаимодействие с супервизором способствует повышению навыка профессиональной оценки процессов и состояний клиента, нормализации его эмоционального состояния, системной оценке трудной ситуации обратившегося, осознанию и анализу своих профессиональных действий и отношений с клиентом. Супервизия может осуществляться в онлайн, офлайн и смешанном форматах.

#### ВИДЕОУРОК



[«Супервизия и интервизия: как их правильно проводить, и когда они необходимы»](#)

Ирина Колядко

#### ВИДЕОУРОК



[«Часто встречающиеся трудности специалиста помогающей профессии и способы их преодоления»](#)

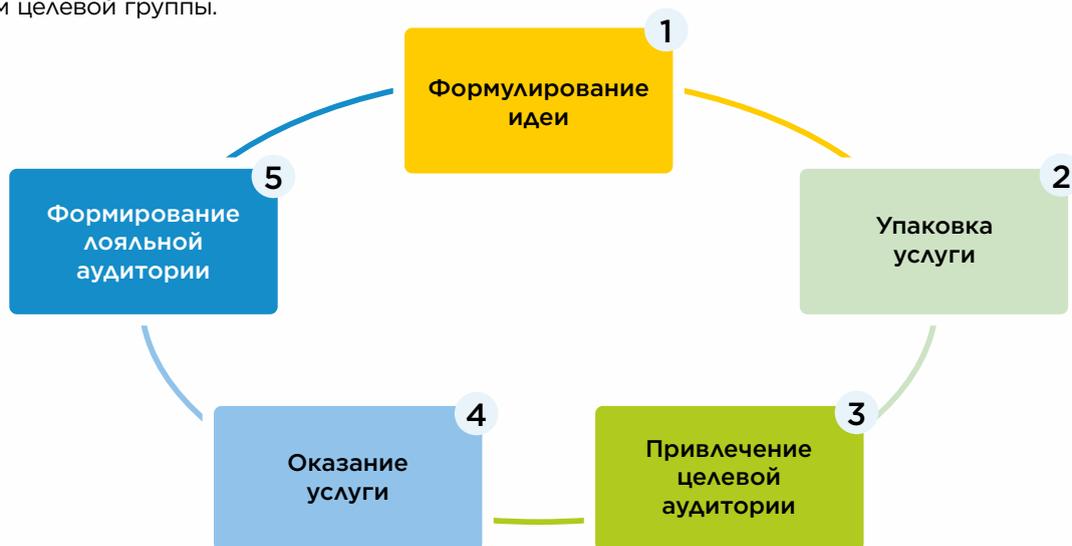
Ирина Колядко

# Технология создания востребованной психоло-педагогической услуги

Создание востребованной психоло-педагогической услуги предлагается осуществлять в пять этапов:

1. Формулирование идеи.
2. Упаковка услуги.
3. Привлечение целевой аудитории.
4. Оказание услуги.
5. Формирование лояльной аудитории.

Процесс создания, апробации и корректировки услуги можно представить в виде цикла, т.к. современные тренды побуждают специалистов к созданию инновационных услуг, изменению их формы, формата, названия и содержания в соответствии с актуальным запросом целевой группы.



**1. Формулирование идеи.** На первом этапе подумайте, что вы хотите делать, достаточно ли у вас компетенций для оказания новой услуги. Определите в соответствии со спецификой целевой аудитории оптимальный формат услуги (онлайн/офлайн/смешанно), форму, методы. Сформулируйте задачи и ожидаемые результаты.

ВИДЕОУРОК
▶

Специфика потребностей основных социально уязвимых групп»

**Маргарита Мозерова**

ВИДЕОУРОК
▶

«От идеи до довольного клиента»

**Надежда Круглова**

ВИДЕОУРОК
▶

«Методы определения запроса клиента при индивидуальном консультировании и групповом консультировании»

**Екатерина Борщевская**

#### Рекомендации:

- Проведите опросы целевой аудитории лично, в рассылках, в социальных сетях, собрав фокус-группу.
- Проанализируйте спрос на услуги у коллег.
- Поинтересуйтесь мнением эксперта.
- Подумайте, что бы вы приобрели из имеющегося спектра услуг для себя.

**2. Упаковка услуги.** На втором этапе услуга «материализуется» в визуальный формат для презентации широкой аудитории. Для этого разрабатывается анонс мероприятия с тематической картинкой, в котором указываются тема, спикер, дата, временные рамки, место проведения, форма и формат мероприятия, целевая аудитория, ожидаемые результаты встречи, ссылка для регистрации.

## ВИДЕОУРОК



[«Почему визуализация важна»](#)

Ирина Колядко

## ПРИМЕР

**Анонс:** 19 октября (Вторник), 20.00-21.00 состоится онлайн-практикум «Как научиться не бояться панической атаки».

**Спикер:** Наталья Домино, психолог.

**Целевая группа:** люди, которых беспокоят панические атаки и те, кто хочет помочь своим близким с ними справиться.

**Цель:** научить идентифицировать панические атаки и обучить способам их преодоления.

**На онлайн-практикуме участники:**

- узнают о симптомах, видах и причинах панических атак;
- научатся управлять своим состоянием во время приступов;
- узнают, что делать чтобы панические атаки не ухудшали качество жизни;
- обретут ресурсное состояние для восстановления внутреннего душевного равновесия.

**Регистрация:** ссылка.

**Рекомендации:**

- Название услуги (консультации, мероприятия и т.п.) – 3-7 слов.
- Заявленная тема должна отражать решение проблемы конкретной целевой аудитории.
- Услуга должна быть упакована так, чтобы клиенты почувствовали нужду в ней.

## Как научиться не бояться панической атаки



Наталья Домино,  
психолог

19 октября 2021 г.

В 20.00

ZOOM

Онлайн-практикум

Для тех, кого беспокоят панические атаки и тех, кто хочет помочь свои близким с ними справиться



- Необходимо сформулировать аргументы, чем ваша услуга лучше, в чем ее уникальность, почему купить её нужно именно у вас.
- Необходимо сформулировать планируемый успешный результат: что в итоге получит клиент (люди покупают не услугу, а настроение, эмоцию, состояние).
- Ценообразование услуги должно быть обосновано, чтобы клиенты понимали, что входит в продукт, на что расходуются их деньги.

### 3. Привлечение целевой аудитории.

Продвижение психолого-педагогических и социальных услуг может осуществляться в офлайн и онлайн. В офлайн-формате аудитория привлекается через сеть смежных контактов, «сарафанное радио», выступления на общественных мероприятиях, методических заседаниях, обращение к местной администрации для поиска целевой аудитории. В виртуальном пространстве привлечение аудитории происходит через ведение собственных сайтов и страниц в социальных сетях, рассылку полезного контента, контекстную, таргетированную, мультимедийную рекламу, повышение позиций сайта в поисковых системах. Также специалисты широко используют персональные телеграм-каналы, бесплатные онлайн-курсы с общим обзором профилирующей проблемы.

#### ПРИМЕР

**Телеграм-канал SUPP**, создатель канала Ирина Колядко, психолог, основательница SUPP  
[https://t.me/http\\_supp](https://t.me/http_supp)

Администрирование онлайн-курсов на платформе Stepik:

Мозерова Маргарита  
**«Компетентное лидерство»**  
<https://stepik.org/60090>

Ирина Колядко  
**«Аутизм. Начинаем работу. Часть 1.»**  
<https://stepik.org/62912>

Виталий Никонович  
**«Как предотвратить насилие и кибербуллинг в образовательных учреждениях»**  
<https://stepik.org/56048>

Администрирование онлайн-курсов на платформе Stepik позволяет обозначить круг профессиональных интересов и компетенций специалиста, создать целевую аудиторию в узкой сфере деятельности, информировать участников курса о событиях и мероприятиях, планируемых специалистом.

### 4. Оказание услуги.

Базовые нормативные требования к оказанию психолого-педагогических и социальных услуг включают уважительное и гуманное отношение к клиентам; доступность информации о видах и формах услуг, способах их получения, условиях оплаты; возможность выбора организации и физического лица, оказывающих услуги; возможность отказа от получения услуги; конфиденциальность.

Авторы издания придерживаются мнения, что формула качественной услуги – выполненный стандарт (соответствие нормативным и этическим требованиям) и довольный клиент. Показатели качественной услуги – положительные отзывы клиентов, высокий спрос на услугу, надежная репутация специалиста.

#### Рекомендации:

- Опробуйте свою услугу сначала в фокус-группе.
- Оказывайте услуги качественно, с опорой на нормативно заданные требования.
- Совершенствуйте услуги непрерывно, тогда они всегда будут актуальны, а вы востребованы.
- Напоминайте клиенту о его ответственности за решение запроса.
- Формируйте базу клиентов, с которыми работаете.

#### ВИДЕОУРОК



[«Основные способы реагирования на этические проблемы, с которыми может столкнуться специалист при работе в разных форматах»](#)

Маргарита Мозерова,  
 Анна Ульянова



## 5. Формирование лояльной аудитории.

В результате оказания качественных психолого-педагогических и социальных услуг у помогающих специалистов нарабатывается база клиентов. Через точки касания с клиентами транслируются ценности и индивидуальность помогающего специалиста, формируются его имидж и репутация. Контакт с клиентами, решившими свой запрос, позволяет формировать лояльную аудиторию. Лояльные клиенты – те, кто регулярно возвращается к специалисту. Расходы на их привлечение обычно меньше, чем на привлечение первичных клиентов. Если система лояльности выстроена правильно, то постоянные клиенты будут возвращаться и рекомендовать специалиста другим.

**ВИДЕОУРОК**



[«Как формировать лояльную аудиторию»](#)

Ирина Колядко

### Рекомендации:

- Придерживайтесь запланированных сроков оказания услуги, выполняйте обещания.
- Демонстрируйте партнерство и сотрудничество с известными компаниями, личностями.
- Собирайте положительные отзывы, делитесь ими в своих аккаунтах.
- Создавайте сообщества клиентов.
- Оставляйте за клиентом право отказаться от услуги и поддерживать с вами деловые отношения.
- Обосновывайте свои расценки.
- Предлагайте скидки, акции, подарки.
- Персонализируйте сообщения в переписке, отвечайте на любую активность клиентов в ваш адрес.
- Переписывайтесь «не канцелярским» языком.
- Признавайте свою вину, если были неправы; предлагайте клиенту компенсацию или иной бонус.

### УПРАЖНЕНИЕ «ФОРМИРОВАНИЕ ПРОТОТИПА УСЛУГИ»



#### Техника соотнесения своих знаний и умений с актуальными проблемами в обществе

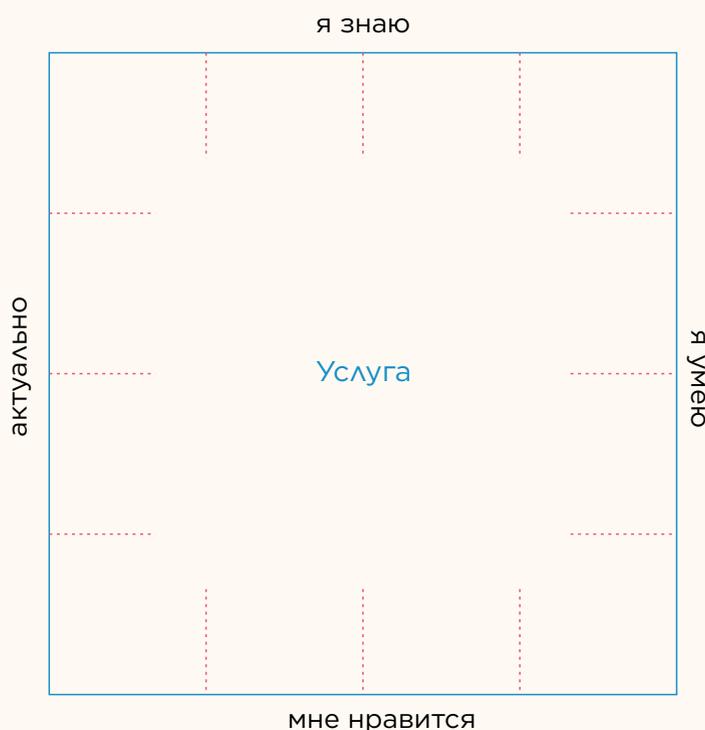
Разделите лист на сектора «я знаю», «я умею», «мне нравится», «актуально». В каждом секторе напишите не менее 3 ответов. Создавайте собственную услугу на пересечении ответов.

#### Например:

- «я знаю» – английский,
- «я умею» – преподавать,
- «мне нравится» – работать с детьми,
- «актуально» – онлайн.

**Услуга:** онлайн-обучение детей английскому языку.

Чем больше ответов, тем больше вариантов услуг.



# Обзор онлайн-инструментов для помогающего специалиста

Реализация психолого-педагогических и социальных услуг при переходе в онлайн-формат требует простых и понятных онлайн-инструментов как для специалиста, так и для клиента. На основе нашего опыта представляем наиболее оптимальный инструментарий.

ОНЛАЙН-ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ВОСТРЕБОВАННОЙ УСЛУГИ			
ЭТАП СОЗДАНИЯ УСЛУГИ	РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ОНЛАЙН-РЕСУРС	ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ РЕСУРСА	ИНСТРУМЕНТЫ С ПОХОЖИМ ФУНКЦИОНАЛОМ
Формулирование идеи	<a href="#">Lean Canvas</a> 	Шаблон для бизнес-плана, можно создавать, тестировать и дорабатывать прототип услуги.	-----
<b>УПАКОВКА УСЛУГИ</b>			
Размещение материалов для упаковки услуги	Google Диск	Облачное хранилище информации, позволяет делиться материалами с другими пользователями.	Яндекс Диск, Облако mail.ru.
Создание текста анонса	Google-документ	Файл для совместного редактирования и оформления текстовых материалов.	Microsoft Word
Визуализация анонса	<a href="#">Canva</a> 	Графический редактор для создания дизайнов анонсов, презентаций и др.	<a href="#">Figma</a> <a href="#">Draw.io</a> 
Регистрация	Google-формы	Сервис для создания опросов, форм регистрации и форм обратной связи.	<a href="#">Survio</a> <a href="#">Typeform</a> 
Привлечение целевой аудитории	<a href="#">Instagram</a>	Социальная сеть для обмена фотографиями и видео.	Facebook, Вконтакте, Одноклассники
<b>ОКАЗАНИЕ УСЛУГИ</b>			
Проведение индивидуальных консультаций и вебинаров	<a href="#">Zoom</a> 	Платформа для онлайн-конференций и вебинаров.	<a href="#">Google Meet</a> , <a href="#">Microsoft Teams</a> 

ЭТАП СОЗДАНИЯ УСЛУГИ	РЕКОМЕНДУЕМЫЙ ОНЛАЙН-РЕСУРС	ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ РЕСУРСА	ИНСТРУМЕНТЫ С ПОХОЖИМ ФУНКЦИОНАЛОМ
Онлайн-курс	<a href="#">Google-класс</a> 	Конструктор онлайн-курсов.	<a href="#">Stepik.org</a> 
ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ВИЗУАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИИ И ИНТЕРАКТИВНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ			
Презентация	<a href="#">Google-презентация</a> 	Сервис для визуализации информации с возможностью выбора тем, шрифтов, встроенных видео, анимации и других средств.	<a href="#">Slidesgo.com</a> 
Онлайн-тренажер	<a href="#">LearningApps</a> 	Конструктор интерактивных заданий.	<a href="#">eТреники</a> <a href="#">wizer.me</a>  
Ментальная карта	<a href="#">Coogle</a> 	Конструктор для создания ментальных карт.	-----
Викторина	<a href="#">Kahoot</a> 	Инструмент для создания викторин.	<a href="#">Slido</a> 
Онлайн-доска	<a href="#">Jambord</a> 	Доска для рисования, указка, создание текстовых заметок, размещение изображений, фото, добавление фигур.	<a href="#">Padlet</a> <a href="#">Miro</a>  
Опрос	<a href="#">Mentimeter</a> 	Конструктор опросов.	Google-формы
Формирование лояльной аудитории	Telegram	Кроссплатформенная система, позволяющая создавать сообщества клиентов, взаимодействовать с аудиторией.	Viber, WhatsApp

## УПРАЖНЕНИЯ



### Практикум для освоения платформы видеоконференций zoom

Внимательно прочитайте каждый пункт и постарайтесь четко следовать инструкции.

1. Создайте свой аккаунт в Zoom (запомните пароль и почту, которую используете).
2. Запланируйте конференцию (скопируйте ссылку на доступ к конференции, включая код доступа).
3. Пригласите 2-3 коллег на свою конференцию.
4. Проведите конференцию продолжительностью 5-10 минут. Не забудьте включить запись!

Во время конференции расскажите за минуту о себе и теме вашей индивидуальной консультации/групповой встречи; продемонстрируйте экран своего устройства, с которого проводите конференцию; распределите участниц/участников в сессионные залы и затем верните назад.

5. Загрузите запись конференции в «облако» (Google Диск, Яндекс Диск, Mail.ru Облако и др).

## ВИДЕОУРОК



[«Как пользоваться zoom»](#)

Теплица социальных технологий

### Практикум для освоения Google-формы

1. Создайте регистрационную форму (не менее 3 вопросов разного формата) для участия в групповом мероприятии, которое будете проводить.
2. Дополнительно к регистрационной форме, создайте опрос потребностей (5-10 вопросов разного формата) потенциальных клиентов на предмет востребованных у них услуг и их формата. Опрос потребностей можно объединить с регистрационной формой.

3. Дополнительно к регистрационной форме и опросу потребностей создайте викторину или опрос в сервисах Mentimetr/Kahoot, которую можно использовать на групповом мероприятии.

## ВИДЕОУРОК



[«Онлайн-инструменты для проведения опросов, тестов и викторин Mentimetr, Kahoot, Google форма»](#)

Катерина Борщевская

### Практикум по созданию анонса услуги

1. Создайте аккаунт в сервисе Canva.
2. В разделе "Публикация в Instagram" (квадрат) создайте рекламный образ вашей услуги. В визуал включите ваше фото (можно использовать сервис <http://www.oooo.plus>), короткое название услуги; формат (например, онлайн-консультация, вебинар, онлайн-презентация, онлайн-лекция).
3. Загрузите визуал в Instagram.

## ВИДЕОУРОК



[«Как создать качественную инфографику в Canva.com»](#)

Теплица социальных технологий

### Практикум для освоения онлайн-доски

1. Создайте аккаунт на Jambord.
2. Создайте доску на Jambord, сделайте там заготовку на одну из тем:

план групповой работы; знакомство с участниками; разминка; подведение итогов работы группы.

3. Разместите ссылку на созданную доску.

## ВИДЕОУРОК



[«Как работать с доской Jambord»](#)

Студия педагогической поддержки

# Монетизация профессиональных услуг

Часто специалисты помогающих профессий задаются вопросом: может ли их профессиональная деятельность и умение качественно оказывать психолого-педагогическую поддержку людям стать дополнительным источником дохода. Конечно, это возможно.

Можно выбрать одну из трех стратегий:

- **самостоятельно освоить** дополнительные компетенции в области маркетинга и помимо непосредственной деятельности по оказанию помощи людям также продавать свои услуги;
- **привлечь внешнего специалиста** к работе по монетизации своих услуг на возмездной (например, отчисляя процент от продаж) или безвозмездной основе (волонтерство, практика, стажировка);
- **использовать смешанный формат**, например, работу по созданию текстов и визуала для мессенджеров и социальных сетей взять на себя, а для настройки инструментов по продажам привлечь специалиста.

Важно понять, что оказание услуг гражданам и маркетинг – это взаимодополняющий процесс. Если нацелены на монетизацию своих услуг, нужно корректировать методы работы с клиентами, использовать инструменты по продвижению личного бренда.

**Условия для монетизации профессиональных услуг:**

1. Профессиональная компетентность.
2. Желание.
3. Возможности (место для работы, техника, доступ к качественному Интернет-соединению, финансовые вложения на первоначальном этапе, время на постоянное обучение).

**Два способа монетизации:**

1. **Оказание популярной услуги по адекватной цене.** Стратегия – работать с темами, которые интересуют большое количество потенциальных клиентов, то есть делать акцент на массовость

и постоянный спрос. Чтобы заработать таким способом, специалисту важно создать поток клиентов и учесть, что придется много трудиться, чтобы оказать больше консультаций/вебинаров/курсов и получить достойные вознаграждение.

2. **Создание креативной/эксклюзивной дорогой услуги.** Стратегия – работать по темам, которые массово не представлены на рынке или только появляются, и применять инновационные методы оказания услуг.

Но возможен и смешанный способ, когда в массовых темах и формах специалист применяет креативность и создает эксклюзив.

**Особенности монетизации:**

1. Услуга должна быть **переведена в продукт**, который решает какую-либо потребность/нужду/проблему клиента. Например, «Как выбрать интересную и высокооплачиваемую профессию и не ошибиться» звучит лучше, чем «Консультации по профориентации для старшеклассников».
2. Услуга должна быть **ликвидной**, то есть реально востребованной у потребителей.
3. Услуга должна быть **заточена под нужды и особенности покупателя**. Как бы вы хорошо не владели Zoom и Miro, клиент может быть не готов к таким инновациям. В этом случае есть два пути. Либо вы сами создаете спрос и нарабатываете лояльную аудиторию, увеличивая свою известность и авторитет. Либо делаете услугу менее уникальной, но удобной и комфортной для клиентов, например, вместо zoom-конференции используете консультацию по телефону или в мессенджере.
4. Услуга должна быть **конкурентной**, лучше, чем у других.
5. **Дорогая услуга – дорогой маркетинг.** Если вы создали достойную услугу, ее нужно обернуть в красивую упаковку и «раскрутить».

6. Востребованная услуга – **постоянный труд**. Она требует шлифовки и огранки, значительных временных затрат, поиска новых идей.
7. Легко заработать на том, что **увеличивает прогресс**. Сейчас эра новых технологий, время ускоряется и дорожает. Любая услуга, ведущая к развитию и прогрессу, большому комфорту человека, будет в цене.
8. **Важно организовать места сбыта своей услуги и дружить со своей аудиторией**. Найдите, полюбите и поддерживайте свою аудиторию. Человеческое общение – это лучшее продвижение ваших услуг!

#### Упаковка психолого-педагогической услуги:

Для всех видов рекламы и продвижения нужен **брендбук** – набор фирменных цветов, логотип, слоган, другие элементы стиля. Все это необходимо для системной работы по повышению узнаваемости личного бренда специалиста, формирования положительного делового имиджа, повышения доверия потенциальных клиентов.

- Оформляйте сайт/блог/страницу в социальных сетях, все рекламные материалы (визитки, фирменные бланки, сувенирная продукция, баннеры для сайтов-партнеров), упаковку продукта в фирменном стиле.
- Используйте графические материалы (фотографии, инфографика) **высокого качества**. Изображения из интернета в низком разрешении – не вариант, это снизит доверие к бренду из-за кажущейся небрежности.
- Делайте свои фотографии с учетом их дальнейшего использования (например, требования к качеству фото для визитки гораздо ниже, чем для изображения на большом рекламном баннере).
- **Учитывайте тематику и профиль клиентов при съемке** фотографий для промоматериалов. Если это ниша психологических услуг для предпринимателей, нужно придерживаться бизнес-стиля, а детскому психологу уместнее сниматься с семьей или ребенком.

- Делайте **видео на профильную тематику**. Проморолик для раскрутки специалиста должен быть визуально качественным, коротким, емким по смыслу. Для этого нужно заранее продумать и прописать сценарий с основными посылами для целевой аудитории.

#### Создание и продвижение продуктовой линейки услуг (формирование комплекса услуг для целевых групп):

Находить клиентов и продавать психологические услуги в Интернете поможет

- **бесплатный разогрев** – публикации в соцсетях, прямые эфиры, рекомендации;
- **предпродающая польза** – недорогие продукты, которые разрабатываются для продажи основной услуги (первичные консультации, короткие вебинары и пр.);
- **промежуточная продажа** – реализация услуги по более высокой цене;
- **альтернатива** – если после приобретения промежуточного продукта клиент не готов покупать основной, нужно предложить ему альтернативный вариант;
- **ключевая продажа** – реализация основного и самого дорогого продукта (серия консультаций, комплексная терапия и т. п.).

Для продажи основной услуги нужно описать, какие проблемы она поможет решить, какие выгоды получит клиент.



### Примерный контент-план для Telegram-канала и других социальных сетей для раскрутки услуги:

**1-2-я неделя.** Расскажите своим потенциальным подписчикам о себе: про образование, профессиональный опыт, особенности ведения практики, уникальные конкурентные преимущества или авторские методики и пр. Можно рассказать, что стало причиной выбора профессии, какие препятствия возникали в процессе работы, самые запоминающиеся моменты.

**3-я неделя.** Подготовьте серию полезных и интересных постов. Для этого изучите аккаунты потенциальных клиентов или спросите напрямую в опросе об их интересах и увлечениях, проблемах, которые вынуждают обращаться к психологу. Эта информация позволит создать **ЛИД-МАГНИТЫ** – предложения, которые «цепляют» целевую аудиторию, мотивируют оставить заявку или подписаться на рассылку новостей и публикаций. Лид-магнитами, например, могут быть полезные чек-листы или алгоритмы действий, видео с аутотренингами и пр.

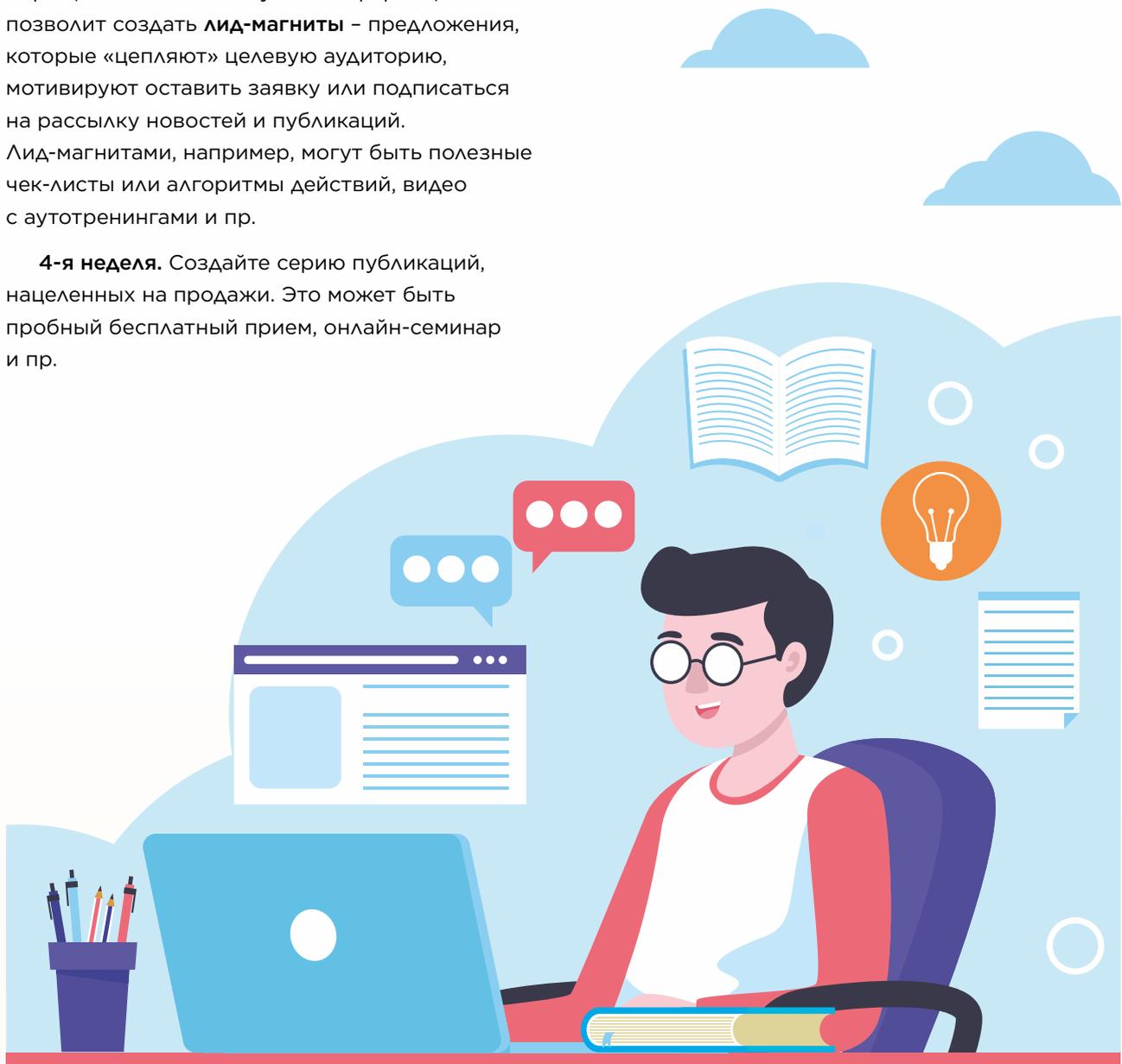
**4-я неделя.** Создайте серию публикаций, нацеленных на продажи. Это может быть пробный бесплатный прием, онлайн-семинар и пр.

**5-6-я недели.** Начните продавать. Вначале нужно продавать услугу (или консультацию) по минимальной цене. Так можно заинтересовать людей, которые потом могут заказать более дорогие продукты, если им понравится первая покупка.

**7-8-я недели.** После того как пошли первые продажи, обязательно наладьте обратную связь с клиентами. Если получатели остались довольны, попросите их оставить положительные отзывы, поделиться впечатлением об услуге.

(по материалам

<https://promo.ingate.ru/publications/gajd-po-prodvizheniyu-psixologa-v-socialnyx-setyah/>)



## Заключение

### Реализация инициативы

**«SUPP. Качественные онлайн-услуги специалистов помогающих профессий для социально уязвимых групп населения» помогла обучить представителей целевой группы самым современным аспектам консультирования, а также маркетингу образовательных услуг и монетизации профессионального таланта.**

В результате повышен потенциал более 10 специалистов помогающих профессий из Березовского района; оказана помощь более 200 гражданам из Березовского района и других регионов; проведены более 40 консультаций для граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации; более 15 вебинаров для жителей Березовского района, других регионов Беларуси, а также жителей стран СНГ; расширена линейка онлайн-услуг для социально уязвимых групп населения; 4 специалиста из Березовского района открыли свое ИП и предоставляют услуги на платной основе, 1 специалист, уже имевший свое ИП, расширил линейку своих услуг.

На веб-сайте [supp.by](http://supp.by) с участием специалистов из указанного района реализованы современные решения в области социального предпринимательства, которые обеспечивают доступ к образовательным онлайн-курсам, консультациям со специалистами, супервизиям и интервизиям по доступным ценам.

Открытие своего дела и возможность оказывать услуги в онлайн-формате способствуют профессиональной самореализации специалистов по месту работы и проживания, позволяют не менять сферу деятельности на более оплачиваемую и приносить пользу, поддерживая психологическое здоровье граждан.

Кроме того, оказание помощи в формате онлайн позволяет снизить риски заражения инфекционными заболеваниями, значительно уменьшить экологический след от транспортных средств.

### В реализации инициативы внедрены инновационные методы работы:

- межсекторальный подход (в инициативу вовлечены представители государственных, коммерческих и общественных организаций);
- обучение действием (сразу после обучения специалисты на практике демонстрируют свои новые умения);
- смешанное обучение;
- помощь в создании и продвижении профайлов специалистов на веб-сайте и в социальных сетях;
- менторская поддержка в процессе регистрации и начала работы специалистов в качестве индивидуального предпринимателя.

**Для тех, кто хотел бы пройти обучение самостоятельно, предлагаем после изучения данного издания освоить 2 онлайн-курса в Google-класс:**

#### ОНЛАЙН-КУРС



[«Качественное консультирование»](#)

#### ОНЛАЙН-КУРС



[«Открываю и развиваю свое дело»](#)

Особенности работы в качестве самозанятого и открытие ИП, шаблоны основных документов, записи консультаций узких специалистов: юриста, маркетолога, журналиста, SMM-специалиста.

Мы считаем, что этот опыт можно распространять в других регионах страны. Это позволит поднять уровень оказания социальных и психолого-педагогических услуг, охватить большее количество граждан из социально уязвимых групп, повысить статус и доход специалистов помогающих профессий.

## Глоссарий

**Групповое обучение** – форма обучения, в которой образовательная программа осваивается группой обучающихся (два и более человек).

**Группа интервизии** – группа личного опыта, где практикующие специалисты обсуждают психотерапевтические случаи, вызывающие затруднения в работе.

**Индивидуальное обучение** – форма обучения, которая предусматривает фокусирование внимания педагога только на одного индивида.

**Качество услуги** – критерий, отражающий, насколько точно уровень предоставляемых услуг соответствует ожиданиям клиента. Включает в себя объективное качество услуги (надежность, доступность, безопасность) и субъективное качество услуги (личное восприятие итогового результата оказанной услуги, положительные эмоции или негативный аффект, которые формируют когнитивную оценку удовлетворенности).

**Конкурентоспособность услуги** – воспринимаемое потребителем качество и стоимостная характеристика услуги, определяющие ее успех на рынке.

**Консультирование** – процесс взаимодействия между профессионально компетентным консультантом и клиентом с целью оказания последнему помощи в принятии решений относительно обстоятельств его жизни.

**Помогающие профессии** – все те профессии, теории, исследования и практика которых сосредоточиваются на помощи другим людям, выявлении и решении их проблем, расширении знания о дальнейших человеческих возможностях в этом отношении. К этому классу относятся медицина (в широком смысле), психиатрия, клиническая психология и различные специализированные области, такие как образовательная и школьная психология, социальная работа, исследования речи и слуха и т.д. (Оксфордский толковый словарь, 2002).

**Психологическое консультирование** – комплекс мероприятий, направленных на содействие гражданину (группе граждан) в разрешении

психологических проблем, в том числе в принятии решений относительно профессиональной деятельности, межличностных отношений; на развитие личности, ее самосовершенствование и самореализацию; на преодоление последствий кризисных ситуаций (Закон РБ «О психологическом консультировании»).

**Психолого-педагогическая услуга** – деятельность или работа, которую помогающий специалист предлагает клиенту для решения его проблемной ситуации.

**Социальная услуга** – деятельность в области социального обслуживания по оказанию гражданам помощи в предупреждении, преодолении трудной жизненной ситуации и (или) адаптации к ней, не связанная с оказанием материальной помощи.

**Социально уязвимые группы** – все, кто не способен зарабатывать, в полной мере обеспечить себе и своей семье необходимый жизненный уровень.

**Специалисты помогающих профессий** – специалисты, работающие в сфере “человек-человек”, оказывающие услуги по решению проблемных ситуаций клиентов социального, педагогического, психологического характера: психологи, логопеды, социальные педагоги, педагоги дополнительного образования, специалисты и волонтеры социальных проектов, консультанты в области здоровья и социального благополучия, специалисты по социальной работе и др.

**Супервизия** – оказание услуги опытному и профессионально компетентным специалистом менее опытному лицу, связанной со специфическими профессиональными задачами с целью расширения или углубления личной, социальной и профессиональной компетенции обратившегося специалиста.

**Услуга** – деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности.

## Литература

---

1. Алешина, Ю. Е. Индивидуальное и семейное психологическое консультирование: практическое пособие / Ю. Е. Алешина. – М. : Класс, 2005. – 208 с.
2. Бай, Е. А. Этика социальной работы : учеб-метод. комплекс / Е.А. Бай ; Брест. гос. ун-т имени А. С. Пушкина. – Брест : БрГУ, 2013. – 158 с.
3. Коновалова, Л. А. Роль супервизии в профессиональном становлении психолога-консультанта // Психологические аспекты профессионального становления: сб. материалов Всерос. межвуз. Науч. Конф. – М.: РИПО ИГУМО и ИТ, 2009. – С. 58–67.
4. Кригер, Е. Э. Группы интервизии для помогающих практиков, использующих системно-феноменологический / Е. Э Кригер, Е. В. Бахадова // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2020. – № 1. – С. 40–53.
5. Кругликов, В. Н. Интерактивные образовательные технологии: учебник и практикум для академического бакалавриата вуза по гуманитарным направлениям / В. Н. Кругликов, М. В. Оленникова. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Юрайт, 2018. – 353 с.
6. Олифинович, Н. И. Индивидуальное психологическое консультирование: теория и практика: лабораторная работа / Н. И. Олифинович. – Минск : Тесей, 2005. – 264 с.
7. Современная энциклопедия социальной работы / под ред. В. И. Жукова. – М.: РГСУ, 2008. – 412 с.
8. Страбахина, Т. Н. Супервизия как технология обучения и психологической поддержки в помогающих профессиях / Т. Н. Страбахина, И. В. Яковлева // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. – 2007. – № 1. – С. 126–130.
9. Супервизия в профессиональной деятельности: учеб. пособие / Ю. Ю. Чечурова; М-во образования и науки РФ, Федер. гос. бюджет. образов. учреждение высш. образования «Тверской государственной технической университет». – Тверь: ТГТУ, 2018. – 79 с.
10. Фирсов, М. В. Технология социальной работы: учебник для бакалавров / М. В. Фирсов, Е. Г. Студенова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2012. – 557 с.

## Список видеоуроков

НАЗВАНИЕ	АВТОР	ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ	QR
<a href="#">«Критерии отнесения граждан к категории социально уязвимых групп»</a>	Маргарита Мозерова, ст. преподаватель кафедры социальной работы БрГУ им. А.С. Пушкина	11 мин	
<a href="#">«Суть индивидуальной консультации: цель, задачи, этапы проведения»</a>	Ирина Колядко, психолог	7 мин	
<a href="#">«Суть группового обучения»</a>	Маргарита Мозерова, ст. преподаватель кафедры социальной работы БрГУ им. А.С. Пушкина	7 мин	
<a href="#">«Супервизия и интервизия: как их правильно проводить, и когда они необходимы»</a>	Ирина Колядко, психолог	6 мин	
<a href="#">«Часто встречающиеся трудности специалиста помогающей профессии и способы их преодоления»</a>	Ирина Колядко, психолог	5 мин	
<a href="#">«От идеи до довольного клиента»</a>	Надежда Круглова, психолог	11 мин	

НАЗВАНИЕ	АВТОР	ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ	QR
<a href="#">«Методы определения запроса клиента при индивидуальном и групповом консультировании»</a>	Екатерина Борщевская, психолог, экзистенциальный терапевт	19 мин	
<a href="#">«Специфика потребностей основных социально уязвимых групп»</a>	Мargarита Мозерова, ст. преподаватель кафедры социальной работы БрГУ им. А.С. Пушкина	11 мин	
<a href="#">«Почему визуализация важна»</a>	Ирина Колядко, психолог	6 мин	
<a href="#">«Основные способы реагирования на этические проблемы, с которыми может столкнуться специалист при работе в разных форматах»</a>	Мargarита Мозерова, ст. преподаватель кафедры социальной работы БрГУ им. А.С. Пушкина, Анна Ульянова, психолог, коуч, ст. преподаватель кафедры социальной работы БрГУ им. А.С. Пушкина	9 мин	
<a href="#">«Как формировать лояльную аудиторию»</a>	Ирина Колядко, психолог	6,5 мин	
<a href="#">«Онлайн-инструменты для проведения опросов, тестов и викторин Mentimeter, Kahoot, Google-форма»</a>	Екатерина Борщевская, психолог, экзистенциальный терапевт	16 мин	

## Чек-листы и упражнения



**Структура индивидуальной консультации**

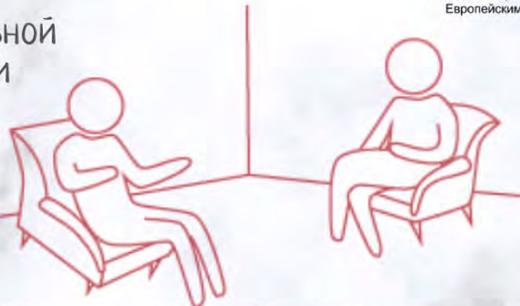


Инициатива финансируется Европейским союзом









Установление контакта	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: orange;">●</span> знакомство;</li> <li><span style="color: orange;">●</span> создание рабочей атмосферы;</li> </ul>
Сбор информации	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: orange;">●</span> ориентация в проблеме;</li> <li><span style="color: orange;">●</span> уточнение запроса;</li> </ul>
Формулирование ожидаемого результата	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: orange;">●</span> формулирование итоговой цели работы согласно запросу клиента;</li> </ul>
Практическая деятельность	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: orange;">●</span> построение индивидуального маршрута решения проблемы;</li> <li><span style="color: orange;">●</span> рассмотрение альтернативных и выбор оптимального способов решения проблемы;</li> <li><span style="color: orange;">●</span> выполнение заданий консультанта;</li> </ul>
Подведение итогов	<ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: orange;">●</span> обобщение достигнутых результатов;</li> <li><span style="color: orange;">●</span> обратная связь.</li> </ul>

ЧЕК-ЛИСТ



## Как организовать индивидуальную онлайн-консультацию

Онлайн регистрация клиента

- гугл-форма, ссылка на встречу, реквизиты для оплаты

Подготовка места

- удобное кресло,
- стол для компьютера, держатель для телефона /планшета,
- шумоизоляция

Подготовка необходимых для проведения работы материалов

- бумага для записи, тесты и др.

Технический компонент

- установка программы,
- проверка интернета,
- подключение и проверка гарнитуры (микрофон, наушники, камера)

Проведение консультации

- чек-лист " Структура индивидуальной консультации"

Чек-лист разработан в рамках инициативы «SUPP. Качественные онлайн-услуги специалистов помогающих профессий для социально уязвимых групп населения». Инициатива реализуется Республиканским общественным объединением «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО» в рамках проекта международной технической помощи «Поддержка экономического развития на местном уровне в Республике Беларусь». Проект финансируется Европейским союзом и реализуется Программой развития ООН (ПРООН) в партнерстве с Министерством экономики Республики Беларусь.

# ЧЕК-ЛИСТ



## Структура группового обучающего мероприятия



### Вводная часть

- представление ведущего (обозначить свою компетентность в теме мероприятия);
- ознакомление с Программой мероприятия;
- опрос (уточнение запроса) участников, их мотивирование к обучению;

### Основная часть

\*теорию делим на одинаковые структурные компоненты!

- донесение ключевой теоретической информации участникам (5-7 минут);
- пример;
- упражнение на закрепление;
- резюме;

### Заключительная часть

- ответы на вопросы по содержанию мероприятия;
- обратная связь;
- побуждение к реализации полученных знаний в жизни;
- закрытие мероприятия (вручение сертификатов, фото на память).

Чек-лист разработан в рамках инициативы «SUPP. Качественные онлайн-услуги специалистов помогающих профессий для социально уязвимых групп населения». Инициатива реализуется Республиканским общественным объединением «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО» в рамках проекта международной технической помощи «Поддержка экономического развития на местном уровне в Республике Беларусь». Проект финансируется Европейским союзом и реализуется Программой развития ООН (ПРООН) в партнерстве с Министерством экономики Республики Беларусь.

 Планирование	  <b>Как организовать групповую онлайн-встречу</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> <li>●</li> </ul>	<p>определить ЦЕЛЬ, тему и форму мероприятия, дату и время его проведения;</p> <p>выбрать подходящую онлайн платформу: следует учесть количество участников, возможности платформы в реализации интерактивного взаимодействия;</p>
<b>Набор группы</b>	<p>разработать анонс, афишу, форму регистрации на мероприятие;</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>	<p>распространить информацию о событии (страница в социальных сетях / анонс в инстаграм и на аккаунтах партнеров / рассылка / платная реклама);</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>	<p>разослать программу мероприятия, уточнить возможность присутствия у зарегистрировавшихся (не позже, чем за 1 день до начала мероприятия);</p>
<b>Проведение (день события)</b>	<p>проверить технику, работу камеры, микрофона, доступ к презентации;</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>	<p>за 30 минут до мероприятия повторно разослать участникам ссылку на подключение, предложить проверить работоспособность техники, можно добавить фразу-мотивацию к участию в онлайн-событии;</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul> кнопка ЗАПИСЬ	<p>представиться, напомнить о цели мероприятия, ознакомить с планом работы, правилами межличностного взаимодействия;</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>	<p>при проведении мероприятия придерживаться тайминга, использовать методы интерактивного взаимодействия (работа в сессионных залах, онлайн-тренажеры, онлайн-доски и др.);</p>
<b>Подведение итогов</b>	<p>получить обратную связь от участников о мероприятии (реакции, чат, опросы, оценочная анкета);</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>	<p>закончить онлайн-эфир;</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>●</li> </ul>	<p>выслать участникам обещанные материалы;</p>
	<p>P. S. разместить заметку о мероприятии в своём аккаунте в социальной сети.</p>

## РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

### УПРАЖНЕНИЕ «СОСТАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПОРТРЕТА»



Составьте портрет одного из своих клиентов/клиенток исходя из критериев социальной уязвимости, заполнив эту таблицу.

ТАБЛИЦА КРИТЕРИЕВ	
КРИТЕРИЙ	СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ КЛИЕНТА
нормативный	
возрастной	
демографический	
физиологический	
социальный	
психологический	

Опираясь на информацию в таблице, определите ресурсы, которые клиент/клиентка еще не использовали для решения своего запроса.



### УПРАЖНЕНИЕ «СОСТАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПОРТРЕТА»



Составьте портрет одного из своих клиентов/клиенток исходя из критериев социальной уязвимости, заполнив эту таблицу.

ТАБЛИЦА КРИТЕРИЕВ	
КРИТЕРИЙ	СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ КЛИЕНТА
нормативный	
возрастной	
демографический	
физиологический	
социальный	
психологический	

Опираясь на информацию в таблице, определите ресурсы, которые клиент/клиентка еще не использовали для решения своего запроса.

## РАЗДАТОЧНЫЙ МАТЕРИАЛ

## УПРАЖНЕНИЕ «ФОРМИРОВАНИЕ ПРОТОТИПА УСЛУГИ»

**Техника соотнесения своих знаний и умений с актуальными проблемами в обществе**

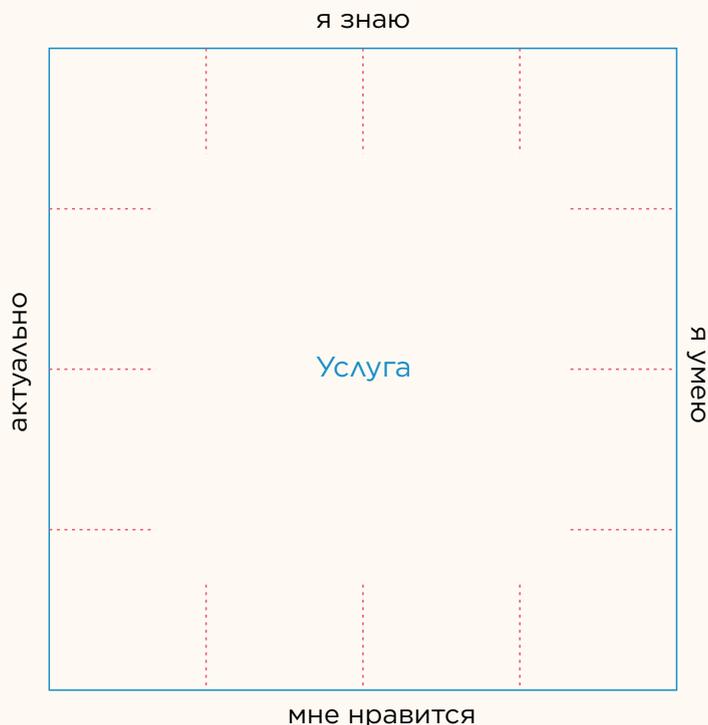
Разделите лист на сектора «я знаю», «я умею», «мне нравится», «актуально». В каждом секторе напишите не менее 3 ответов. Создавайте собственную услугу на пересечении ответов.

**Например:**

- «я знаю» – английский,
- «я умею» – преподавать,
- «мне нравится» – работать с детьми,
- «актуально» – онлайн.

**Услуга:** онлайн-обучение детей английскому языку.

Чем больше ответов, тем больше вариантов услуг.



## УПРАЖНЕНИЕ «ФОРМИРОВАНИЕ ПРОТОТИПА УСЛУГИ»

**Техника соотнесения своих знаний и умений с актуальными проблемами в обществе**

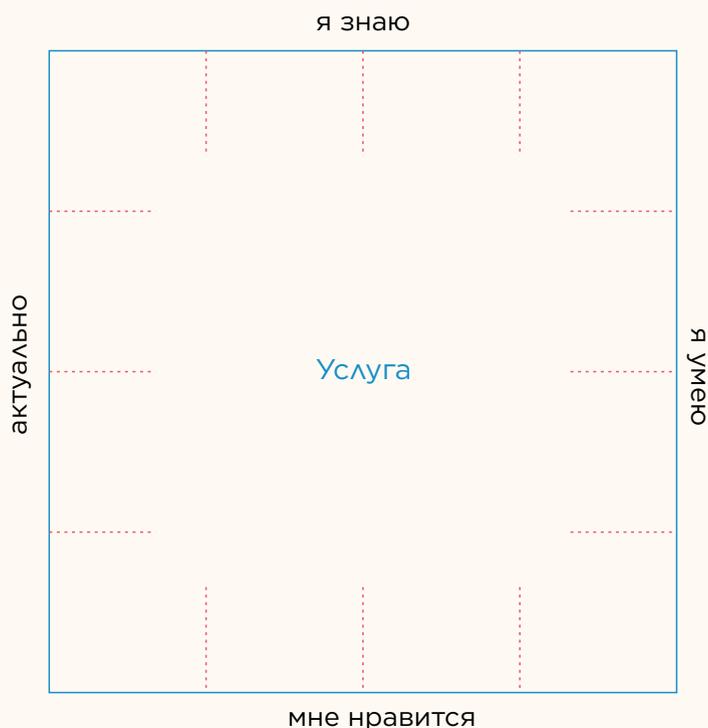
Разделите лист на сектора «я знаю», «я умею», «мне нравится», «актуально». В каждом секторе напишите не менее 3 ответов. Создавайте собственную услугу на пересечении ответов.

**Например:**

- «я знаю» – английский,
- «я умею» – преподавать,
- «мне нравится» – работать с детьми,
- «актуально» – онлайн.

**Услуга:** онлайн-обучение детей английскому языку.

Чем больше ответов, тем больше вариантов услуг.





# Для записей

---

A series of horizontal dotted lines for writing notes.



# Для записей

---

A series of horizontal dotted lines for writing notes.





# Для записей

---

A series of horizontal dotted lines for writing notes.





Издание подготовлено в рамках реализации инициативы «SUPP. Качественные онлайн-услуги специалистов помогающих профессий для социально уязвимых групп населения». Инициатива реализуется Республиканским общественным объединением «Белорусская Ассоциация клубов ЮНЕСКО» в рамках проекта международной технической помощи «Поддержка экономического развития на местном уровне в Республике Беларусь». Проект финансируется Европейским союзом и реализуется Программой развития ООН (ПРООН) в партнёрстве с Министерством экономики Республики Беларусь.

Изложенная информация не отражает официальную позицию ПРООН, Министерства экономики Республики Беларусь и Европейского союза.

