

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологи»

Факультет психологии



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.04.02 МАРКЕТИНГ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Направление подготовки 37.03.01 Психология

Направленность (профиль) образовательной программы Психологическое консультирование, Киберпсихология

Квалификация выпускника Бакалавр

Форма обучения Очная, очно-заочная

Кафедра Психологии

Красноярск 2026

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 37.03.01 Психология, утвержденного приказом Минобрнауки России от «29» июля 2020 г. № 839.

Рабочую программу дисциплины составил:
профессор кафедры психологии, доктор биол. наук, доцент
(должность, кафедра, ученая степень, ученое звание)


(подпись)

С. С. Мешкова
(инициалы, фамилия)

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании выпускающей кафедры Психологии
Протокол от «06» апреля 2026 г. № 09

И.о. заведующего кафедрой Психологии


(подпись)

Г. Г. Дулинец
(инициалы, фамилия)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена научно-методическим советом (факультета) 37.01.01 Психология
Протокол от «21» апреля 2026 г. № 08

Председатель НМС канд. пед. наук
(учена степень, ученое звание)


(подпись)

Н.В. Суворова
(инициалы, фамилия)

Введение

Дисциплина «Маркетинг психологических услуг» – особый род человеческой деятельности, направленной на экономическое удовлетворение запросов потребителей и обеспечивающей соответствие потребностей покупателей и ресурсов производителей. С позиций производителей удовлетворение потребителей является результатом принятой маркетинговой стратегии. Маркетинг является одной из основных учебных дисциплин при подготовке профессиональных деятелей рынка. Изучение данной дисциплины позволит будущим специалистам овладеть методами рыночных исследований, анализы рыночных ситуаций, на основе которых оценку состояния спроса, конкуренции и других составляющих маркетинговой среды и разработать стратегию и тактику рыночного поведения.

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины - научиться осуществлять социальное взаимодействие и обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организации.

Задачи дисциплины:

1. Развитие навыков осуществления социального взаимодействия и реализация своей роли в команде.
2. Способность обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организаций.

2. Результаты обучения по дисциплине

В соответствии с требованиями к результатам освоения основных образовательных программ бакалавриата, определенными федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль) образовательной программы Психологическое консультирование, Юридическая психология, Киберпсихология, в результате освоения дисциплины «Маркетинг психологических услуг» у обучающихся должны быть сформированы следующие общепрофессиональные компетенции (ПК-4):

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (закрепленный за дисциплиной)	Планируемые результаты обучения
Профессиональные компетенции			
Психологическое сопровождение	ПК-4 - Способен обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста	ПК.4.1. Консультирует клиентов по вопросам психологических аспектов выбора и сопровождения карьеры, набора, отбора и расстановки кадров, аттестации, работы с кадровым резервом ПК-4.2. Применяет на практике методы обучения взрослых, индивидуальной и	Знать основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация, отбор и т. д.) Уметь оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам Владеть навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения

	сотрудников организаций	групповой работы для психологической помощи и повышения эффективности профессиональной деятельности клиентов ПК-4.3. Разрабатывает новые формы и методы психологического сопровождения клиентов	квалификации
--	-------------------------	---	--------------

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг психологических услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (элективным дисциплинам) Блока 1 «Дисциплины (модули)» структуры основной профессиональной образовательной программы (далее по тексту – ОПОП) по направлению подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль) образовательной программы Киберпсихология, Психологическое консультирование очной и очно-заочной форм обучения программы бакалавриата.

Индекс дисциплины «Маркетинг психологических услуг» Б1. В.ДЭ.04.02.

Дисциплина реализуется на кафедре Психологии на третьем курсе в пятом семестре – очная форма обучения, на четвертом курсе в восьмом семестре – заочная форма обучения.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знание структуры и содержания психических процессов и явлений, знание о мотивации и эмоционально-волевой регуляции поведения человека, умения осуществлять наблюдение за поведением окружающих, умения анализировать события, владение основными общепсихологическими категориями: деятельность, активность, личность, адаптация.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания следующего перечня дисциплин: Общепсихологический практикум, Общая психология, Конфликтология и медиация, Психодиагностика, и служит основой для освоения дисциплин Коучинг, Диагностика межличностных отношений

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

4.1. Объем дисциплины по видам учебной работы (очная форма обучения).

Виды учебной работы	Всего з.е.	Всего часов	Курс 3
			Семестр 5
1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	72
Контактная работа с преподавателем Всего:		48,2	48,2
В том числе аудиторные занятия: занятия лекционного типа/из них в форме практической подготовки		16/-	16/-
занятия семинарского типа/из них в форме практической подготовки		-	-
занятия практического типа/из них в форме практической подготовки		32/-	32/-
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации (зачет)		0,2	0,2
Самостоятельная работа. Всего:		23,8	23,8
другие виды самостоятельной работы		-	-
Вид промежуточного контроля (зачет):		5	5

Объем дисциплины по видам учебной работы (очно-заочная форма обучения).

Виды учебной работы	Всего з.е.	Всего часов	Курс 4
			Семестр 8
1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	72
Контактная работа с преподавателем Всего:		40,2	40,2
В том числе аудиторные занятия:			
занятия лекционного типа/из них в форме практической подготовки		16/-	16/-
занятия семинарского типа/из них в форме практической подготовки		-	-
занятия практического типа/из них в форме практической подготовки		24/-	24/-
Контактная работа при проведении промежуточной аттестации (зачет)		0,2	0,2
Самостоятельная работа. Всего:		31,8	31,8
другие виды самостоятельной работы		31,8	31,8
Вид промежуточного контроля (зачет):		8	8

4.2. Тематический план изучения дисциплины (очная форма обучения):

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (краткое описание)	Тема раздела дисциплины (краткое содержание)	Коды компетенций	Всего часов	Контактная работа с преподавателем, час.			Самостоятельная работа, час.
					лекции	практические	лабораторные	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
3 курс								
1.	Основы теории маркетинга	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга психологических услуг. Методологические особенности маркетинга психологических услуг. Сущность маркетинга психологических услуг.	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	19	8	9	-	2
2.	Маркетинг в сфере услуг	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга психологических услуг. Методологические особенности	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	17	6	9	-	2

		маркетинга психологических услуг. Сущность маркетинга психологических услуг.						
3.	Маркетинг психологических услуг	Маркетинг психологических услуг. Виды психологических услуг и их характеристика. Среда маркетинга психологических услуг. Маркетинговые исследования на рынке психологических услуг	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	18	8	8	-	2
4.	Современная концепция маркетинга психологических услуг	Современная концепция маркетинга психологических услуг. Международные модели маркетинга услуг. Треугольник маркетинга услуг.	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	17,8	8	8	-	1,8
Итого часов:				71,8	30	34	-	7,8

Тематический план изучения дисциплины (очно-заочная форма обучения):

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (краткое описание)	Тема раздела дисциплины (краткое содержание)	Коды компетенций	Всего часов	Контактная работа с преподавателем, час.			Самостоятельная работа, час.
					лекции	практические	лабораторные	
1	2	3	4	5	6	7	8	9
4 курс								
1.	Основы теории маркетинга	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга психологических услуг. Методологические особенности маркетинга психологических услуг. Сущность	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	18	4	6	-	8

		маркетинга психологических услуг.						
2.	Маркетинг в сфере услуг	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга психологических услуг. Методологические особенности маркетинга психологических услуг. Сущность маркетинга психологических услуг.	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	18	4	6	-	8
3.	Маркетинг психологических услуг	Маркетинг психологических услуг. Виды психологических услуг и их характеристика. Среда маркетинга психологических услуг. Маркетинговые исследования на рынке психологических услуг	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	18	4	6	-	8
4.	Современная концепция маркетинга психологических услуг	Современная концепция маркетинга психологических услуг. Международные модели маркетинга услуг. Треугольник маркетинга услуг.	ПК-4 ПК-4.1 ПК-4.2 ПК-4.3	17,8	4	6	-	7,8
Итого часов:				71,8	16	24	-	31,8

4.2.1 Тематический план лекций представлен в таблице:

№ п/п	Раздел дисциплины	Тема лекции (краткое содержание)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Формы образовательных технологий, применяемых на занятиях
1	2	3	4	5
1.	Основы теории маркетинга	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга	Формирование конспекта лекций	Лекция - дискуссия

		психологических услуг.		
		Методологические особенности маркетинга психологических услуг. Сущность маркетинга психологических услуг.	Формирование конспекта лекций	Лекция с элементами презентации
2.	Маркетинг в сфере услуг	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга психологических услуг.	Формирование конспекта лекций	Лекция - дискуссия
		Методологические особенности маркетинга психологических услуг. Сущность маркетинга психологических услуг.	Формирование конспекта лекций	Лекция с элементами презентации
3.	Маркетинг психологических услуг	Маркетинг психологических услуг. Виды психологических услуг и их характеристика.	Формирование конспекта лекций	Лекция с элементами презентации
		Среда маркетинга психологических услуг. Маркетинговые исследования на рынке психологических услуг	Формирование конспекта лекций	Лекция - дискуссия
4.	Современная концепция маркетинга психологических услуг	Современная концепция маркетинга психологических услуг. Международные модели маркетинга услуг. Треугольник маркетинга услуг.	Формирование конспекта лекций	Лекция с элементами презентации, дискуссия

4.2.2. Тематический план практических занятий представлен в таблице:

№ п/п	Раздел дисциплины	Тема практического занятия (краткое содержание)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Формы образовательных технологий, применяемых на занятиях
1	2	3	4	5
1.	Основы теории маркетинга	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга психологических услуг.	Контр. задания	Доклады, работа в малых группах
		Методологические особенности маркетинга психологических услуг. Сущность маркетинга психологических услуг.	Контр. задания	Доклады, работа в малых группах
2.	Маркетинг в сфере услуг	Основы теории маркетинга. История становления маркетинга психологических услуг.	Контр. задания	Доклады, работа в малых группах
		Методологические особенности маркетинга психологических услуг.	Контр. задания	Доклады, работа в малых группах

		Сущность маркетинга психологических услуг.		
3.	Маркетинг психологических услуг	Маркетинг психологических услуг. Виды психологических услуг и их характеристика.	Контр. задания	Доклады, работа в малых группах
		Среда маркетинга психологических услуг. Маркетинговые исследования на рынке психологических услуг	Контр. задания	Доклады, работа в малых группах
4.	Современная концепция маркетинга психологических услуг	Современная концепция маркетинга психологических услуг. Международные модели маркетинга услуг. Треугольник маркетинга услуг.	Контр. задания	Доклады, работа в малых группах

4.2.3 Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом

4.2.4. Занятия в форме практической подготовки по дисциплине не предусмотрены.

4.2.5. Тематический план самостоятельной работы обучающихся представлен в таблице (очная форма обучения):

Раздел/тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость, часов
1	2	3
Основы теории маркетинга	Доклад по самостоятельно изученной теме. Работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекции.	2
Маркетинг в сфере услуг	Изучение дополнительной литературы по изучаемой теме. Подготовка к обсуждению.	2
Маркетинг психологических услуг	Изучение литературы. Подготовка к занятию. Подготовка докладов, работа с дополнительной литературой.	2
Современная концепция маркетинга психологических услуг	Изучение литературы. Подготовка к обсуждению вопросов. Подготовка к экзамену	1,8
Итого:		23,8

Тематический план самостоятельной работы обучающихся представлен в таблице (очно-заочная форма обучения):

Раздел/тема дисциплины	Вид самостоятельной работы	Трудоемкость, часов
1	2	3
Основы теории маркетинга	Доклад по самостоятельно изученной теме. Работа над теоретическим материалом, прочитанным на лекции.	8
Маркетинг в сфере услуг	Изучение дополнительной литературы по изучаемой теме. Подготовка к обсуждению.	8
Маркетинг психологических услуг	Изучение литературы. Подготовка к занятию. Подготовка докладов, работа с дополнительной литературой.	8

Современная концепция маркетинга психологических услуг	Изучение литературы. Подготовка к обсуждению вопросов. Подготовка к экзамену	7,8
Итого:		31,8

Время, затрачиваемое на выполнение самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся, определено с учетом сложности и объема изучаемого материала учебной дисциплины по каждой теме через наблюдение преподавателем за выполнением заданий и (или) собственных временных затрат преподавателя на решение того или иного задания с поправкой на уровень подготовки студентов. Данное распределение времени, затрачиваемого на выполнение самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающимися по дисциплине, рассмотрено и одобрено на заседании кафедры при утверждении (актуализации) рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа обучающихся организуется с целью развития у них навыков работы с учебной и научной литературой, для систематического изучения курса и для формирования умения самостоятельно приобретать, расширять и углублять знания. Усвоение теоретических вопросов логики не является самоцелью. Главное – научиться применять логические законы, приемы и операции на практике в процессе рассуждения.

Задачи самостоятельной работы:

- освоить теоретический материал;
- закрепить знание теоретического материала, используя необходимый инструментарий практическим путем (выполнение контрольных заданий, тестов для самопроверки и т.д.);
- применить полученные знания и практические навыки для анализа ситуации и выработки правильного решения (подготовка к групповой дискуссии, подготовленная работа в рамках деловой игры, диспута и т.д.);
- применить полученные знания и умения для формирования правильного мышления.

Обязательная самостоятельная работа обучающихся по курсу «Маркетинг психологических услуг», выполняемая во внеаудиторное время по заданию преподавателя включает в себя: выполнение домашних заданий, самостоятельную работу по решению логических задач, письменные практические задания.

Выполнение контрольной работы является важной ступенью в подготовке к зачету по маркетингу психологических услуг и проводится для решения следующих задач:

- 1) для активизации и организации самостоятельной работы обучающихся по изучению предмета в межсессионный период;
- 2) для проверки студентом уровня своих знаний и умений по дисциплине и степени своей готовности к экзамену;
- 3) для проверки преподавателем качества самостоятельной работы обучающихся.

4.2.6. Тематика рефератов.

Примерная тематика докладов

1. Проблемы совершенствования концепции управления маркетинга
2. Роль и значения маркетинга в экономике
3. Анализ и совершенствование маркетинговой деятельности
4. Анализ и совершенствование инструментария маркетинга в условиях конкретного рынка
5. Анализ основных подходов к определению «услуга» в отечественной и зарубежной литературе
6. Анализ сущности маркетинга услуг, основных их признаков, отличия их от маркетинга товара
7. Анализ основных видов психологических услуг их субъектов и объектов
8. Методы исследования маркетинговой среды

9. Анализ и совершенствование методики исследования конкретного рынка
10. Особенности разработки маркетинговой стратегии в конкретных рыночных условиях
11. Особенности разработки управленческих решений в маркетинге психологических услуг
12. Формирование и классификации управленческих решений при разработке маркетинговой стратегии психологических услуг
13. Современные технологии использования информационных технологий в маркетинге психологических услуг
14. Современные средства и методы получения информации психологических услуг
15. Совершенствование информационной системы маркетинга психологических услуг
16. Анализ и совершенствование методики ценообразования психологических услуг
17. Исследование методов оценки конкурентоспособности психологических услуг
18. Анализ возможностей разработки рекламной компании психологических услуг
19. Влияние личностных качеств человека на эффективность коммуникационной политики
20. Анализ методов и подходов формирования товарной, сбытовой и ценовой политики, для конкретных рыночных условий.
21. Анализ системы маркетинговых коммуникаций психологических услуг
22. Анализ и совершенствование системы управления маркетингом психологических услуг
23. Методы и подходы формирования организации управления маркетингом психологических услуг
24. Совершенствования планирования маркетинга психологических услуг
25. Методы и формы контроля в системе управления маркетингом психологических услуг
26. Методы повышения эффективности разработки управленческих решений в системе управления маркетингом психологических услуг
27. Жизненный цикл психологической услуги и методы его повышения.

4.2.7. Тематика курсовых работ (проектов).

Курсовые работы по дисциплине учебным планом не предусмотрены.

4.2.8. Условия реализации учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Реализация дисциплины «Маркетинг психологических услуг» с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий основывается на сочетании контактной работы с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся. При использовании дистанционных образовательных технологий обучающийся и преподаватель могут взаимодействовать в образовательном процессе в следующих формах

Реализации дисциплины «Маркетинг психологических услуг» с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий основывается на сочетании контактной работы с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся. При использовании дистанционных образовательных технологий обучающийся и преподаватель могут взаимодействовать в образовательном процессе в следующих формах:

- онлайн – лекционные и практические занятия в объеме часов, предусмотренных учебным планом и расписанием, проводятся в браузерной видеоконференции Платформа proficonf.com. и ZOOM;

- оффлайн – консультации студентов проводятся в электронной информационно-образовательной среде АНО ВО СИБУП с использованием таких элементов курса как форум или чат, контроль знаний студентов реализуется посредством таких элементов курса как задание, опрос, тест и т.п.

Страницы учебной дисциплины и учебно-методические материалы для обеспечения образовательного процесса доступны: в ЭБС института [СИБУП: Электронно-библиотечная система \(sibup.ru\)](http://sibup.ru), в ЭИОС института [Электронная информационно-образовательная среда \(sibup.ru\)](http://sibup.ru) и на сайте института в разделе «Образование» - [Образование \(sibup.ru\)](http://sibup.ru).

На указанных платформах размещены лекции, все разделы дисциплины, название тем, а также виды занятий, формы контрольных мероприятий, а также рекомендации и указания к учебно-методическим материалам для обучающихся очной и заочной форм обучения.

5. Формы контроля, оценка результатов освоения дисциплины и фонд оценочных средств

При изучении дисциплины обязательным является выполнение следующих организационных требований:

- обязательное посещение всех видов аудиторных занятий;
- ведение конспекта лекций, практических занятий;
- активная работа во время занятий;
- регулярная самостоятельная работа обучающегося, в соответствии с рабочей программой дисциплины;
- получение дополнительных консультаций по подготовке, оформлению и сдаче отдельных видов заданий в случае пропусков занятий.

Обучение по дисциплине «Маркетинг психологических услуг» предусматривает формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости студентов производится преподавателем в следующих формах:

- задания для текущего контроля;
- доклад по самостоятельно изученной теме (возможен коллективный).

Также учитывается своевременность сдачи письменных работ, аккуратность их выполнения.

Промежуточный контроль по результатам изучения дисциплины проходит в форме зачета.

Перечень компетенций в зависимости от этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы представлен в таблице:

Код компетенции / описание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Этап формирования	Наименование дисциплин, практик, ГИА обеспечивающих формирование компетенции
1	2	3	4
ПК-4 – способен обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организаций.	<p>ПК.4.1. Консультирует клиентов по вопросам психологических аспектов выбора и сопровождения карьеры, набора, отбора и расстановки кадров, аттестации, работы с кадровым резервом</p> <p>ПК-4.2. Применяет на практике методы обучения взрослых, индивидуальной и групповой работы для психологической помощи и повышения эффективности профессиональной деятельности клиентов</p> <p>ПК-4.3. Разрабатывает</p>	Завершающий	Конфликтология и медиация, психология личности, психология труда, экология, современные психотехники, психодиагностика, практикум психодиагностике, профилактика, диагностика и коррекция онлайн-девиаций, нейроэргономика, мастерская психологического онлайн консультирования клиентов, мастерская психологического консультирования, основы

	<p>новые формы и методы психологического сопровождения клиентов</p>	<p>профессионального консультирования, нейрокогнитивная диагностика детей и взрослых, организационная психология, психология рекламы, маркетинг психологических услуг, коучинг, дистанционное консультирование, кризисное консультирование, диагностика межличностных отношений, производственная практика: производственная практика в профильных организациях, производственная практика: научно-исследовательская работа, производственная практика: преддипломная практика, подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, методы психологического воздействия, практикум по трудоустройству.</p>
--	---	--

Фонд оценочных средств (далее по тексту – ФОС), позволяющих оценить результаты обучения по данной дисциплине, включает в себя (Приложение 4):

- задачи для текущего контроля;
- примерная тематика докладов;
- вопросы для промежуточного контроля.

Выполнение контрольных задач, тестовых заданий, письменных (устных) ответов на контрольные вопросы, подготовка докладов на положительную оценку, является обязательной формой контроля, условием аттестации и зачета.

5.1. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций в рамках дисциплины.

5.1.1. Уровни сформированности компетенций представлены в таблице:

№ п\п	Уровни сформированности компетенций	Оценки сформированности компетенций	Общая характеристика сформированности компетенции и индикаторов достижения компетенции	Критерии оценивания	Шкала переводов баллов в оценки (количество баллов)
1	2	3	4	5	6
1.	Компетенция не сформирована.	Оценка «неудовлетворительно»/не зачтено.	Компетенция и индикаторы достижения компетенции недостаточно сформированы. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения профессиональных задач в области профессиональной деятельности.	Не знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация, отбор и т. д.). Не умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам. Не владеет методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде; навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации.	Менее 50

2.	Пороговый (низкий) уровень сформированности компетенции.	Оценка «удовлетворительно»/зачтено.	Сформированность компетенции и индикаторов достижения компетенции соответствует минимальным требованиям базового уровня. Имеющихся знаний, умений и навыков достаточно для решения профессиональных задач в области профессиональной деятельности.	Знает: Обучающийся демонстрирует не глубокие знания основных приемов и норм социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация, отбор и т. д.). Слабо умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам. Владеет определенными методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде; навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации.	От 51 до 70
3.	Базовый (средний) уровень сформированности компетенции.	Оценка «хорошо»/зачтено.	Сформированность компетенции и индикаторов достижения компетенции в целом соответствует требованиям пороговому уровню. Имеющихся знаний, умений и навыков достаточно для решения стандартных профессиональных	Знает: Обучающийся демонстрирует знания основных приемов и норм социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация,	От 71 до 84

			задач в области профессиональной деятельности.	<p>отбор и т. д.). Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам.</p> <p>Владеет методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде; навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации.</p>	
4.	Повышенный (высокий) уровень сформированности компетенции.	Оценка «отлично»/зачтено.	Сформированность компетенции и индикаторов достижения компетенции полностью соответствует требованиям повышенному уровню. Имеющихся знаний, умений и навыков, и мотивации в полном объеме достаточно для решения сложных профессиональных задач в области профессиональной деятельности.	<p>Знает: Полностью освоено содержание теоретического курса, без пробелов, компетенции полностью сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены. Обучающийся демонстрирует системные знания основных приемов и норм социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии; основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация, отбор и т. д.). Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы</p>	От 85 до 100

				<p>социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды; оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам.</p> <p>Владеет методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде; навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации.</p>	
--	--	--	--	---	--

6. Методические материалы по видам занятий для обучающихся по освоению дисциплины

Методические материалы по освоению дисциплины «Маркетинг психологических услуг» направлены на оказание методической помощи обучающимся в выполнении различных видов работ и представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих обучающемуся оптимальным образом организовать аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу.

6.1.1. Методические указания (рекомендации) для самостоятельной работы обучающихся.

Учебно-методические материалы (методические указания для самостоятельной работы обучающихся, методические указания к практическим (семинарским) занятиям, методические указания по выполнению контрольных работ для студентов заочной формы обучения и др.) и иные документы, разработанные образовательной организацией для обеспечения образовательного процесса размещены в ЭБС института [СИБУП: Электронно-библиотечная система \(sibup.ru\)](http://sibup.ru), в ЭИОС института [Электронная информационно-образовательная среда \(sibup.ru\)](http://sibup.ru) и на сайте института в разделе «Образование» - [Образование \(sibup.ru\)](http://sibup.ru).

7. Обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Маркетинг психологических услуг» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются ФОС, адаптированные с учетом особенностей таких лиц и позволяющие оценить их уровень сформированности компетенций, заявленных в программе.

Форма проведения текущей успеваемости, промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью библиотекой предоставляется удаленный доступ к ресурсам:

- Образовательная платформа Юрайт (urait.ru);
- электронно-библиотечная система znanium.com (znanium.com);

- eLIBRARY.RU – крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации (НЭБ eLIBRARY.RU);
- CYBERLENINKA - научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины включают в себя:

- перечень основной литературы;
- перечень дополнительной учебной и учебно-методической литературы;
- учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы;
- ресурсы сети интернет;
- информационные справочные системы и профессиональные базы данных.

В ходе реализации целей и задач дисциплины обучающиеся могут использовать следующие электронные источники информации: образовательная платформа Юрайт (urait.ru), электронно-библиотечная система znanium.com (znanium.com), eLIBRARY.RU – крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций, обладающая богатыми возможностями поиска и получения информации (НЭБ eLIBRARY.RU), CYBERLENINKA - научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), ЭИОС института.

Справка о литературном обеспечении по дисциплине представлена в Приложении 1.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-технические условия полностью соответствуют установленным требованиям ФГОС при реализации рабочей программы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен рабочей программой дисциплины. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к ЭИОС института. Институт обеспечен необходимым комплектом лицензионного: Windows, Microsoft Office, антивирус Dr.Web и свободно распространяемого программного обеспечения: PDF Sumatra Pdf, браузер Mozilla Firefox, архиватор 7-zip. Обучающимся обеспечен доступ, в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен рабочей программой дисциплины и подлежит при необходимости обновлению.

Материально-техническое обеспечение дисциплины представлено в справке о материально-техническом обеспечении и оснащенности образовательного процесса (Приложение 2).

10. Приложения к рабочей программы дисциплины

В приложениях к рабочей программе дисциплины размещаются:

- аннотация рабочей программы дисциплины (Приложение 3);
- учебно-методическое обеспечение по дисциплине (Практикум по маркетингу психологических услуг : учеб. пособие для вузов / сост. Ю. И. Григорьева. - Красноярск, 2015. - 31 с.).

11. Дополнение и изменения в рабочие программы дисциплины

Актуализация рабочей программы и входящих в нее материалов происходит ежегодно в случае изменений требований ФГОС ВО, запросов профессорско-преподавательского состава института, запросов обучающихся, осваивающих данную образовательную программу, и их родителей, а также с учетом других заинтересованных сторон; с принятием новых локальных нормативных актов или внесение в них изменений и дополнений, произошедшие с момента составления рабочей программы дисциплины (модуля) практики, а также по результатам внутренней и внешней проверки по образовательной деятельности; в материально-техническом и методическом обеспечении дисциплины и обеспеченности ими учебно-воспитательного процесса; с изданием и приобретением библиотекой новых учебных пособий, монографий и т.д. Для этого ежегодно на заседаниях кафедр проводятся обсуждения предложений по внесению изменений, дополнений в содержание рабочих программ и документов, затем рассматриваются на заседаниях научно-методических советов факультетов.

Справка

о литературном обеспечении по дисциплине «Маркетинг психологических услуг» основной профессиональной образовательной программы высшего образования для обучающихся по направлению подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль) образовательной программы Киберпсихология, Психологическое консультирование

№ п/п	Наименование	Место хранения/ электронный адрес	Кол-во экземпляров/ точек доступа
Перечень основной литературы			
1.	Диянова, С. Н. Маркетинг сферы услуг : учебное пособие / С. Н. Диянова, А. Э. Штезель. – Москва : Магистр : Инфра-М, 2019. – 192 с.	ЭБС Znanium.com: https://znanium.com/catalog/product/999987 – Режим доступа: по подписке.	-
2.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 396 с.	ЭБС Юрайт: https://urait.ru/bcode/561097 – Режим доступа: по подписке.	-
3.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.А. Нагапетьянца. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2024. – 282 с.	ЭБС Znanium.com: https://znanium.com/catalog/product/2079503 – Режим доступа: по подписке.	-
Перечень дополнительной учебной и учебно-методической литературы			
1.	Морозов, Ю. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Ю. В. Морозов, В. Т. Гришина. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К, 2018. – 448 с.	ЭБС Znanium.com: https://znanium.com/catalog/product/415400 – Режим доступа: по подписке.	-
2.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 433 с.	ЭБС Znanium.com: https://znanium.com/catalog/product/2083008 – Режим доступа: по подписке.	-

3.	Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 259 с.	ЭБС Юрайт: https://urait.ru/bcode/566990 - Режим доступа: по подписке.	-
Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы			
1.	Практикум по маркетингу психологических услуг : учеб. пособие для вузов / сост. Ю. И. Григорьева. – Красноярск : СИБУП, 2015. - 31 с.	ЭБС АНО ВО СИБУП https://ibs.sibup.ru/ -доступ неограниченный	-
2.	Маркетинг психологических услуг : курс лекций для обучающихся по направлению 030300.62 "Психология" очной и заочной формы обучения / сост. Ю. И. Григорьева ; НОУ СИБУП, Экономический факультет. - Красноярск : НОУ СИБУП, 2014. - 88 с.	ЭБС АНО ВО СИБУП https://ibs.sibup.ru/ -доступ неограниченный	-
Ресурсы интернет сети			
1.	Минобрнауки России : Официальный сайт	https://minobrnauki.gov.ru/	
Информационные справочные системы и профессиональные базы данных			
1.	Электронно-библиотечная система Znanium.com	https://znanium.com/	-
2.	Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru/	-
3.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://www.elibrary.ru/defaultx.asp	-
4.	CYBERLENINKA	https://cyberleninka.ru	-
5.	Электронная информационно-образовательная среда	http://do.sibup.ru/login/index.php	-

И.о. заведующего кафедрой



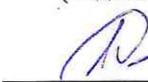
Г. Г. Дулинец

(подпись)

(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий библиотекой



Л.П. Силина

(подпись)

(инициалы, фамилия)

Справка

о материально-техническом обеспечении и оснащенности образовательного процесса по дисциплине Маркетинг психологических услуг основной профессиональной образовательной программы высшего образования программы бакалавриата для обучающихся по направлению подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль) образовательной программы Психологическое консультирование, Киберпсихология

п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы /наименование специализированной лаборатории	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1.	Маркетинг психологических услуг	<p>303 аудитория мировой экономики, экономической теории и экономики организации (учебная аудитория для проведения всех видов занятий 64 посадочных мест)</p> <p>Учебное демонстрационное оборудование и учебные наглядные пособия: доска меловая -1шт., экран - 1шт., проектор -1шт., стол - 32шт., стул -64шт., кафедра- 1шт., ноутбук -1шт., информационные стенды - 4шт., витрина с учебной литературой, портреты ученых- 8шт.</p> <p>Беспроводной доступ сети. Microsoft Office 2007 Professional (Лицензия Microsoft № 42834298 от 05.10.2007 г. (бессрочно)) Антивирус Dr. Web (Сублицензионный договор № 528 от 07.03.2019г ., приложение к договору от 09.03.2021г (срок действия ключа до 09.03.2022 г.)) (ключ обновляется ежегодно). Браузер Mozilla Firefox (Mozilla Public License (бессрочно)).</p>	Красноярский край, г. Красноярск, ул. Московская, 7 «А»

	<p>Программа про-смотра файлов PDF SumatraPDF (GNU General Public License v3 (бессрочно)).</p> <p>Архиватор 7-zip (Лицензия GNU Lesser General Public License (бессрочно))</p> <p>Сведения о помещениях самостоятельной работы студентов</p> <p>110 Библиотека. Читальный зал</p> <p>Стол компьютерный - 11шт., стул -11шт., компьютер системный блок -11шт., монитор - 11шт., принтер -1шт. стеллажи с учебной литературой – 26шт., газетница - 1шт.</p> <p>Учебное место для инвалидов: стол -1шт., стул -1шт., настольная лупа -1шт., 1 – клавиатура с системой «Брайля» -1шт., колонки D i ALOQW -203 -2 шт.</p> <p>Электронные учебники, словари, энциклопедии, тренинговые и другие программы на DVD -дисках; электронные библиотеки ЭБС Znanium и Юрайт; электронный каталог.</p> <p>Программное обеспечение, Windows 10 Pro 64bit Russian DSP OEI DVD (бессрочно) (OEM версия распространяется вместе с комплектующими).</p> <p>Пакет офисных программ Microsoft Office 2007 Professional (Лицензия Microsoft № 42834298 от 05.10.2007 г. (бессрочно))</p> <p>Система автоматизации библиотек ИРБИС64 (Договор № 49 от 28.12.2019 г.) (подписка обновляется ежегодно) (подписка обновлена 28.02.2023г.)</p> <p>Антивирус Dr. Web (Сублицензионный договор № 528 от 07.03.2019 г., приложение к договору от 28.04.2020 г. (срок действия ключа до10.04.2022 г.)) (ключ обновляется ежегодно)</p>	
--	---	--

Заключение о соответствии объекта защиты обязательным требованиям пожарной безопасности № 1104-2236 от 14 мая 2013г, выданное Главным управлением МЧС России по Красноярскому краю, управлением надзорной деятельности 14 05.2013г., бессрочно.

И.о. заведующий кафедрой психологии



 (подпись)

Г. Г. Дулинец
 (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО:
 Начальник АХЧ



 (подпись)

Г.Ф. Субботина
 (инициалы, фамилия)

Начальник ИТО



 (подпись)

В.Ф.Краткин
 (инициалы, фамилия)

Аннотация рабочей программы дисциплины «Маркетинг психологических услуг»

по направлению подготовки 37.03.01 Психология, направленность (профиль) образовательной программы Киберпсихология, Психологическое консультирование, дисциплина реализуется на кафедре Психологии.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет:

очная форма обучения: (общее количество зачетных единиц/часов - 2/72, на контактную работу предусмотрено – 48,2 часов, на самостоятельную работу - 23,8 часов);

очно-заочная форма обучения: (общее количество зачетных единиц/часов - 2/72, на контактную работу предусмотрено – 40,2 часа, на самостоятельную работу – 31,8 часов).

Место дисциплины в ОПОП

Дисциплина «Маркетинг психологических услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (элективным дисциплинам) Блока 1 «Дисциплины (модули)» структуры ОПОП.

Индекс дисциплины «Маркетинг психологических услуг» Б1.В.ДЭ.04.02.

Цель дисциплины - научиться осуществлять социальное взаимодействие и обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организации.

Задачи дисциплины:

1. Развитие навыков осуществления социального взаимодействия и реализация своей роли в команде.

2. Способность обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организаций.

Общая характеристика дисциплины (основные разделы дисциплины):

1. Основы теории маркетинга

2. Маркетинг в сфере услуг

3. Маркетинг психологических услуг

4. Современная концепция маркетинга психологических услуг

Дисциплина «Психология зрелости и геронтопсихология» нацелена на формирование следующих универсальных и профессиональных компетенций:

ПК-4 – способен обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организаций.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, семинары, самостоятельная работа студента, консультации.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме заданий для текущего контроля, докладов, составление и промежуточный контроль в форме зачета.

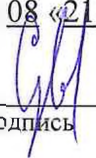
Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Сибирский институт бизнеса, управления и психологи»

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ

Председатель научно-методического
совета факультета Психологии

Протокол № 08 «21» апреля 2026 г.



Н.В. Суворова
И.О. Фамилия

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной
аттестации обучающихся по дисциплине

Б1.В.ДЭ.04.02 МАРКЕТИНГ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

Направление подготовки 37.03.01 Психология

Направленность (профиль) образовательной программы Психологическое консультирование,
Киберпсихология

Квалификация выпускника Бакалавр

Форма обучения Очная, заочная

Кафедра Психологии

Разработчик(и) С.С. Мешкова, доктор биол. наук, доцент,
профессор кафедры психологии
(И.О. Фамилия, ученая степень, ученое звание, должность)



подпись

Рассмотрено на заседании кафедры Психологии

Протокол № 09 от «06» апреля 2026 г.

И.о. зав. кафедрой

Г.Г. Дулинец
(Ф.И.О.)



(подпись)

1. Описание назначения и состава ФОС по дисциплине

1.1. Цели и задачи формирования ФОС по дисциплине «Маркетинг психологических услуг»

Целью создания ФОС является установление соответствия уровня подготовки выпускников в период обучения по дисциплине путем оценивая уровня сформированности компетенций на соответствие требованиям ФГОС по направлению подготовки 37.03.01 Психология.

Задачами ФОС являются:

1. Контроль и управление процессом приобретения выпускниками на разных этапах обучения необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных ФГОС по направлению подготовки 37.03.01 Психология.

2. Управление процессом требований к оцениванию качества освоения образовательной программы.

3. Совершенствование самоконтроля и самоподготовки обучающихся.

4. Оценка достижений, обучающихся в процессе изучения дисциплины с определением результатов как положительных, так и отрицательных и планированием необходимых предупреждающих и (или) корректирующих мероприятий.

5. Систематическая оценка совокупности запланированных результатов обучения по дисциплине, обеспечивающей формирование у выпускника всех компетенций, установленных образовательной программой.

6. Обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс института.

1.2. ФОС по дисциплине разработан на основании следующих нормативных документов:

– федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата);

– образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 37.03.01 Психология (уровень бакалавриата), направленность (профиль) образовательной программы Психологическое консультирование, Киберпсихология;

– положения «О порядке разработки и формирования фонда оценочных средств для текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой (итоговой) аттестации образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата в АНО ВО СИБУП»;

– положения «О проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата в АНО ВО СИБУП».

2. Перечень компетенций, подлежащих формированию в рамках дисциплины

2.1. Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

УК-3 – способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

ПК-4 – способен обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организаций.

2.2. Результаты обучения (в форме компетенций) на данном этапе их формирования.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Показатели, содержащие критерии и шкалы оценивания	Оценочные средства
--------------------------------	--	--	--------------------

1	2	3	4
ПК-4 - Способен обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организаций	<p>ПК.4.1. Консультирует клиентов по вопросам психологических аспектов выбора и сопровождения карьеры, набора, отбора и расстановки кадров, аттестации, работы с кадровым резервом</p> <p>ПК-4.2. Применяет на практике методы обучения взрослых, индивидуальной и групповой работы для психологической помощи и повышения эффективности профессиональной деятельности клиентов</p> <p>ПК-4.3. Разрабатывает новые формы и методы психологического сопровождения клиентов</p>	<p>Знает: основные теории оказания психологической помощи персоналу организаций (управление, организация, отбор и т. д.)</p> <p>Умеет оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам</p> <p>Владеет навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации</p>	<p>Контрольные вопросы, задания для текущего контроля, примерная тематика докладов, вопросы для промежуточного контроля (зачета).</p>

3. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости

3.1. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости включает в себя оценочные средства:

- примерная тематика докладов;
- вопросы для промежуточного контроля (экзамена).

3.2. Оценочные средства.

3.2.1. Оценочное средство (контрольные вопросы).

3.2.2. Критерии оценивания контрольных вопросов.

Критерии оценивания	Количество баллов
1	2
Задание выполнено правильно, обучающийся способен обосновать выбранный вариант и пояснить ход выполнения задания. Правильная формулировка понятий и категорий.	5 (отлично, зачтено) От 85 до 100 баллов

Самостоятельность ответа, умение использовать классификацию, анализировать и делать собственные выводы по рассматриваемому вопросу.	
Ответ представлен в соответствии с поставленным вопросом с незначительными замечаниями. Обучающийся знает материал работы, умеет анализировать полученные результаты и делать выводы, владеет навыками самостоятельного выполнения задания. Ответ сформулирован самостоятельно. Содержание ответа правильное, в структуре и стиле ответа нет грубых ошибок.	4 (хорошо, зачтено) От 71 до 85 баллов
Содержание ответа имеет значительные замечания, устраненные во время контактной работы с преподавателем. Обучающийся на удовлетворительном уровне знает представленный материал, умеет анализировать полученные результаты и делать выводы. В оформлении, структуре и стиле ответа есть недостатки; работа выполнена самостоятельно.	3 (удовлетворительно, зачтено) От 51 до 70 баллов
Часть ответа или весь ответ выполнен с нарушением логики изложения, носит несамостоятельный характер. Содержание ответа не соответствует поставленному вопросу. Обучающийся не знает материал, не умеет анализировать полученные результаты и делать выводы.	2 (неудовлетворительно, не зачтено) Менее 50 баллов
Итоговый балл	100

Примерная шкала оценивания при наличии использования модульно-рейтинговой системы

Оценка	Общее количество набранных баллов
2 (неудовлетворительно), не зачтено	Менее 50
3 (удовлетворительно), зачтено	51–70
4 (хорошо), зачтено	71–85
5 (отлично), зачтено	85–100

Контрольные вопросы

1. Понятие, задачи и функции маркетинга.
2. Виды маркетинга в зависимости от степени охвата рынка и состояния спроса.
3. Концепции управления маркетингом.
4. Микросреда функционирования фирмы.
5. Макросреда функционирования фирмы.
6. Маркетинговые исследования: цели, направления, этапы.
7. Система маркетинговой информации: первичная, вторичная, внутренняя, внешняя.
8. Потребительские рынки: факторы покупательского поведения потребителей.
9. Потребительские рынки: процесс принятия решения о покупке.
10. Рынок предприятия: понятие, специфика, процесс принятия решения о закупках.
11. Сегментирование рынка: понятие, цели, принципы.
12. Позиционирование товара на рынке: понятие, цели, способы.
13. Товар в комплексе маркетинга: понятие, классификация, марка, марочное обозначение, упаковка.
14. Товарный ассортимент и номенклатура: понятие, значение широты номенклатуры и ассортимента.
15. Разработка новых товаров: значение, этапы.
16. Этапы жизненного цикла товаров: понятие, характеристика; связь с комплексом маркетинга предприятия.

17. Характеристика этапов методики расчёта цен.
 18. Методы и стратегии рыночного ценообразования.
 19. Каналы распределения товаров и их функции.
 20. Уровни и системы каналов распределения товаров.
 21. Система товародвижения и её эффективная организация.
 22. Реклама: понятие, значение, классификация средств рекламы и рекламных мероприятий. Специфика рекламы ТПН.
 23. Стимулирование сбыта: понятие, цели, методы.
 24. Исследование рынка: цель, содержание, результаты.
 25. Комплекс маркетинга: понятие, составляющие элементы и их краткая характеристика.
 26. Стратегическое планирование в маркетинге. Стратегии маркетинга.
 27. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.
 28. Организация системы маркетинга на предприятии.
 29. Международный маркетинг.
 30. Специфика маркетинговой деятельности на внутренних и внешних рынках.
- Оценочное средство (практические задания (доклады)),
Критерии оценивания практического задания (доклады).

Критерии оценивания	Количество баллов
1	2
Учебный материал освоен обучающимся в полном объеме, легко ориентируется в материале, полно и аргументировано отвечает на дополнительные вопросы, излагает материал логически последовательно, делает самостоятельные выводы, умозаключения, демонстрирует кругозор, использует материал из дополнительных источников, интернет-ресурсы. Сообщение носит исследовательский характер. Речь характеризуется эмоциональной выразительностью, четкой дикцией, стилистической и орфоэпической грамотностью. Использует наглядный материал (презентация).	«5» (отлично, зачтено) От 85 до 100 баллов
Учебный материал освоен обучающимся в полном объеме, легко ориентируется в материале, полно и аргументировано отвечает на дополнительные вопросы, но студент может испытывать некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы, допускать некоторые погрешности в речи. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении.	«4» (хорошо, зачтено) От 71 до 85 баллов
Обучающийся испытывал трудности в подборе материала, его структурировании. Пользовался, в основном, учебной литературой, не использовал дополнительные источники информации. Не может ответить на дополнительные вопросы по теме сообщения. Материал излагает не последовательно, не устанавливает логические связи, затрудняется в формулировке выводов. Допускает стилистические и орфоэпические ошибки.	«3» (удовлетворительно, зачтено) От 51 до 70 баллов
Часть доклада (с презентацией) выполнена из фрагментов работ других авторов и носит несамостоятельный характер. Содержание не соответствует заданной теме. Оформление не соответствует требованиям. Отсутствуют собственные обобщения, заключения и выводы. Не может ответить на дополнительные вопросы по теме сообщения.	«2» (неудовлетворительно, не зачтено) Менее 50 баллов
Итоговый балл	100

Примерная тематика докладов

1. Проблемы совершенствования концепции управления маркетинга
2. Роль и значения маркетинга в экономике
3. Анализ и совершенствование маркетинговой деятельности
4. Анализ и совершенствование инструментария маркетинга в условиях конкретного рынка
5. Анализ основных подходов к определению «услуга» в отечественной и зарубежной литературе
6. Анализ сущности маркетинга услуг, основных их признаков, отличия их от маркетинга товара
7. Анализ основных видов психологических услуг их субъектов и объектов
8. Методы исследования маркетинговой среды
9. Анализ и совершенствование методики исследования конкретного рынка
10. Особенности разработки маркетинговой стратегии в конкретных рыночных условиях
11. Особенности разработки управленческих решений в маркетинге психологических услуг
12. Формирование и классификации управленческих решений при разработке маркетинговой стратегии психологических услуг
13. Современные технологии использования информационных технологий в маркетинге психологических услуг
14. Современные средства и методы получения информации психологических услуг
15. Совершенствование информационной системы маркетинга психологических услуг
16. Анализ и совершенствование методики ценообразования психологических услуг
17. Исследование методов оценки конкурентоспособности психологических услуг
18. Анализ возможностей разработки рекламной компании психологических услуг
19. Влияние личностных качеств человека на эффективность коммуникационной политики
20. Анализ методов и подходов формирования товарной, сбытовой и ценовой политики, для конкретных рыночных условий.
21. Анализ системы маркетинговых коммуникаций психологических услуг
22. Анализ и совершенствование системы управления маркетингом психологических услуг
23. Методы и подходы формирования организации управления маркетингом психологических услуг
24. Совершенствования планирования маркетинга психологических услуг
25. Методы и формы контроля в системе управления маркетингом психологических услуг
26. Методы повышения эффективности разработки управленческих решений в системе управления маркетингом психологических услуг
27. Жизненный цикл психологической услуги и методы его повышения

Подробное описание контрольных вопросов, контрольных задач, тестов и докладов приводятся в учебно-практическом пособии и методических указаниях, которые размещены: в ЭБС института [СИБУП: Электронно-библиотечная система \(sibup.ru\)](http://sibup.ru), в ЭИОС института [Электронная информационно-образовательная среда \(sibup.ru\)](http://sibup.ru) и на сайте института в разделе «Образование» - [Образование \(sibup.ru\)](http://sibup.ru).

4. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

- 4.1. Фонд оценочных средств включает в себя оценочные средства: вопросы к экзамену.
- 4.2. Оценочные средства.
 - 4.2.1. Оценочное средство (вопросы к экзамену).
 - 4.2.2. Критерии оценивания ответов на вопросы к зачету.

Уровни сформированности компетенций			
Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенции	Пороговый (низкий) уровень сформированности и индикаторов достижения компетенции (оценка «удовлетворительно»/зачтено 3 балла)	Базовый (средний) уровень сформированности компетенций и индикаторов достижения компетенции (оценка «хорошо»/зачтено, 4 балла)	Повышенный (высокий) уровень сформированности компетенции и индикаторов достижения компетенции (оценка «отлично»/зачтено, 5 баллов)
1	2	3	4
ПК-4 - Способен обеспечить психологическое сопровождение профессиональной деятельности с целью оптимизации производственных процессов и личностного роста сотрудников организаций	Обучающийся демонстрирует не глубокие знания основных теорий оказания психологической помощи персоналу организации. Умеет слабо оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам. Владеет определенными навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации.	Обучающийся демонстрирует знания основных теорий оказания психологической помощи персоналу организации. Умеет оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам. Владеет навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации.	Обучающийся демонстрирует системные знания основных теорий оказания психологической помощи персоналу организации. Умеет оценивать эффективность оказания психологической помощи клиентам. Владеет навыками проведения занятий с клиентами по вопросам управления, эффективной организации труда, повышения квалификации.

Вопросы к промежуточному контролю (зачету):

1. Понятие, задачи и функции маркетинга.
2. Виды маркетинга в зависимости от степени охвата рынка и состояния спроса.
3. Концепции управления маркетингом.
4. Микросреда функционирования фирмы.
5. Макросреда функционирования фирмы.
6. Маркетинговые исследования: цели, направления, этапы.
7. Система маркетинговой информации: первичная, вторичная, внутренняя, внешняя.
8. Потребительские рынки: факторы покупательского поведения потребителей.
9. Потребительские рынки: процесс принятия решения о покупке.
10. Рынок предприятия: понятие, специфика, процесс принятия решения о закупках.
11. Сегментирование рынка: понятие, цели, принципы.
12. Позиционирование товара на рынке: понятие, цели, способы.
13. Товар в комплексе маркетинга: понятие, классификация, марка, марочное обозначение, упаковка.

14. Товарный ассортимент и номенклатура: понятие, значение широты номенклатуры и ассортимента.
15. Разработка новых товаров: значение, этапы.
16. Этапы жизненного цикла товаров: понятие, характеристика; связь с комплексом маркетинга предприятия.
17. Характеристика этапов методики расчёта цен.
18. Методы и стратегии рыночного ценообразования.
19. Каналы распределения товаров и их функции.
20. Уровни и системы каналов распределения товаров.
21. Система товародвижения и её эффективная организация.
22. Реклама: понятие, значение, классификация средств рекламы и рекламных мероприятий. Специфика рекламы ТПН.
23. Стимулирование сбыта: понятие, цели, методы.
24. Исследование рынка: цель, содержание, результаты.
25. Комплекс маркетинга: понятие, составляющие элементы и их краткая характеристика.
26. Стратегическое планирование в маркетинге. Стратегии маркетинга.
27. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.
28. Организация системы маркетинга на предприятии.
29. Международный маркетинг.
30. Специфика маркетинговой деятельности на внутренних и внешних рынках.

5. Порядок обновления фонда оценочных средств

Фонды оценочных средств ежегодно актуализируются. Изменения и дополнения в фондах оценочных средств отражаются в сведениях об изменениях (дополнениях) в рабочей программе дисциплины «Маркетинг психологических услуг».