

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Наумова Наталия Александровна
Должность: Ректор
Дата подписания: 08.09.2025 10:51:12
Уникальный программный ключ:
6b5279da4e034bffa6791728f30a630d541b0e1

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ»
(ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРОСВЕЩЕНИЯ)

Факультет психологии

Кафедра психологии труда и психологического консультирования

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры психологии
труда и психологического
консультирования

Протокол от «16» 01 2025 г. № 8
Зав. кафедрой _____

/Кутергина И.Г./

ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

Маркетинг в деятельности психолога

Направление подготовки 37.04.01 Психология

Программа подготовки: Организационная психология

Москва
2025

Содержание

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....
3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Этапы формирования
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа.
СПК-5. Способен к рефлексии профессионального опыта, понимает свои профессиональные ограничения, связанные с потерей нейтральности, не оторефлексированностью своей позиции	1. Работа на учебных занятиях. 2. Самостоятельная работа.

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции	Уровень сформированности	Этап формирования	Описание показателей	Критерии оценивания	Шкала оценивания
УК-6	Пороговый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: - направления и основные этапы маркетинговой деятельности в психологии уметь: - разрабатывать план самомаркетинга	Устный опрос, конспект, доклад, аннотация текста.	Шкала оценки устного опроса, Шкала оценки конспекта, Шкала оценки доклада, шкала оценки аннотации
	Продвинутый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: - направления и основные этапы маркетинговой деятельности в психологии уметь: - разрабатывать план самомаркетинга владеть: - навыками разработки системы маркетинга, включающей в себя формулировку целей, задач, определения её места в консультативной деятельности	Устный опрос, конспект, доклад, аннотация текста, зачет.	Шкала оценки устного опроса, Шкала оценки конспекта, Шкала оценки доклада, шкала оценки аннотации

СПК-5	Порогов ый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: - методики оценки эффективности маркетинга с позиции психологии уметь: - оценивать положение консультативных услуг на рынке, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа психолога-консультанта	Устный опрос, конспект, доклад, аннотация текста .	Шкала оценки устного опроса, Шкала оценки конспекта, Шкала оценки доклада, шкала оценки аннотации
	Продвин утый	1. Работа на учебных занятиях 2. Самостоятельная работа	знать: - методики оценки эффективности маркетинга с позиции психологии уметь: - оценивать положение консультативных услуг на рынке, разрабатывать систему мероприятий по улучшению имиджа психолога-консультанта владеть: - технологиями повышения эффективности маркетинга деятельности практического психолога	Устный опрос, конспект, доклад, аннотация текста, зачет.	Шкала оценки устного опроса, Шкала оценки конспекта, Шкала оценки доклада, шкала оценки аннотации

Шкала оценивания устного опроса

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Устный опрос	Свободное владение материалом	5
	Достаточное усвоение материала	4
	Поверхностное усвоение материала	2
	Неудовлетворительное усвоение материала	0

Шкала оценивания конспекта

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Конспект	Конспект подготовлен по теме изучения	5
	Конспект отсутствует	2

Шкала оценивания аннотации текста

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Устный опрос	Точность в выявлении основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результатов, указание на практическую значимость и новизну реализуемого подхода; раскрываются наиболее значимые факторы и системные взаимосвязи анализируемой проблемы; аннотация характеризуется логичностью изложения, лаконичностью текста, четкостью и убедительностью	10

	формулировок, отсутствием второстепенной информации; аннотация сдана в установленный срок.	
	Точность в выявлении основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результатов, указание на практическую значимость и новизну реализуемого подхода; приводятся основные теоретические и экспериментальные результаты, обнаруженные взаимосвязи и закономерности анализируемой проблемы; аннотация характеризуется логичностью изложения; аннотация сдана в установленный срок.	7
	Точность в выявлении основной темы, проблемы, объекта, цели работы и ее результатов, указание на практическую значимость и новизну реализуемого подхода; приводятся основные теоретические и экспериментальные результаты, аннотация характеризуется логичностью изложения; аннотация сдана в установленный срок.	4
	Неточность в выявлении основных идей автора; отсутствует выделение проблемы, объекта, цели работы и ее результатов, не показана практическая значимость и новизна реализуемого подхода; отсутствуют логичность изложения; аннотация не сдана в установленный срок.	0

Шкала оценивания доклада

Уровень оценивания	Критерии оценивания	Баллы
Доклад	Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; грамотность и полнота использования источников; грамотность речи и владение текстом доклада.	10
	Соответствие содержания теме доклада; глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада.	7
	Соответствие содержания теме доклада; недостаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; грамотность речи и владение текстом доклада.	4
	Несоответствие содержания теме доклада; недостаточная глубина проработки материала; использовано недостаточное количество источников; недостаточное владение текстом доклада.	0

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные задания для устного вопроса

1. Построение выборки в маркетинговом исследовании. Типы и виды выборок.
2. Основные направления исследования товара.
3. Ценовые исследования.
4. Вопросы этики в маркетинговых исследованиях.
5. Мотивационные аспекты потребительского поведения.
6. Социально-психологические особенности российской аудитории СМИ.
7. Сравнительный анализ моделей потребительского поведения.
8. Социальный статус.

Темы докладов и тематических выступлений по дисциплине

1. Бренд как объект социального познания
2. Социальный статус и социально-психологическая сегментация потребителей
3. Рекламная концепция: содержание, принципы, эффективность
4. Конкурентная среда
5. Основные направления исследования рынка
6. Основные направления исследования товара
7. Основные направления исследования цен
8. Диагностика представлений потребителей об идеальном маркетинговом объекте
9. Сравнительный анализ моделей потребительского поведения
10. Изучение потребительских предпочтений
11. Оптимизация бренда на основе анализа мотивации потребителей
12. Стиль жизни как социально-психологическая переменная сегментирования рынка.
13. Социальный статус и потребительское поведение
14. Проблема потребительского выбора в современном обществе
15. Ценностные ориентации потребителей как фактор восприятия рекламы
16. Групповые и персональные влияния на поведение потребителей
17. Трекинговые исследования в маркетинге
18. Этнографические методы в маркетинге
19. Современные психологические технологии в маркетинге

Примерные вопросы к экзамену (очная форма обучения) и зачету (очно-заочная форма обучения) по дисциплине

1. Междисциплинарный статус маркетинговых теорий.
2. Основные этапы развития маркетинга.
3. Психология и маркетинг. Маркетинг как область приложения социально-психологических знаний.
4. Основные тренды современного общества.
5. Модели маркетингового анализа.
6. Основные подходы к изучению потребительских рынков.
7. Современный маркетинг: особенности, проблемы, технологии.
8. Потребительская лояльность и удовлетворенность потребителей.
9. Методы маркетинговых исследований.

10. Система маркетинговых коммуникаций.
11. Цели, задачи и функции практической маркетинговой деятельности.
12. Основные признаки и характеристики бренда.
13. Бренд : определение, структура, функции. Позиционирование бренда.
14. Технология и этапы продвижения бренда.
15. Этнографические методы исследования.
16. Создание и поддержка бренда.
17. Принципы и критерии сегментирования рынка. Социальная стратификация общества и потребительские группы.
18. Конкуренция брендов и конкуренция товаров.
19. Психология потребительских решений.
20. Стадии потребительского выбора.
21. Психологические методы маркетингового исследования.
22. Проблема риска в поведении потребителя.
23. Факторы потребительского выбора.
24. Коммуникация в маркетинге.
25. Мерчендайзинг.
26. Социально-психологический и экономический анализ маркетинговой среды.
27. Маркетинговые исследования как основа принятия решений.
28. Потребительские инсайты.
29. Теория перспектив А. Тверски и Д. Канемана.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Основными формами текущего контроля являются: оценка составления и отработки конспектов; устные опросы; аннотирование текстов; подготовка научных докладов (сообщений), презентаций.

Устный опрос – один из основных, наиболее распространенных методов контроля знаний обучающихся, основу которого составляет монологическое представление обучающимся ответа на заданный вопрос.

Доклад – расширенное устное (или письменное) научное сообщение на определенную (заданную) тему, в процессе подготовки которого обучающийся использует и развивает у себя навыки исследовательской деятельности. Подготовка научных докладов (сообщений) предполагается по темам, содержащимся в рабочей программе дисциплины.

Написание (разработка) конспекта (лекции, научной статьи, монографии и т.д.) предполагает деятельность обучающегося по созданию обзора информации, содержащейся в объекте конспектирования, в более краткой форме. В конспекте обучающимся должны быть отражены основные принципиальные положения источника, то новое, что внес его автор, основные методологические положения работы, аргументы, этапы доказательства и выводы.

Аннотирование текста – это процесс аналитико-синтетической переработки обучающимся информации первичного документа, целью которого является получение обобщенной характеристики документа, раскрывающей его логическую структуру, наиболее существенные стороны содержания и достоинства.

Максимальное количество баллов, которое может набрать студент в течение семестра за текущий контроль, равняется 80 баллам (при зачете) и 70 баллов (при экзамене) .

Минимальное количество баллов, которые студент должен набрать в течение семестра за текущий контроль равняется 40 баллам.

Формой промежуточной аттестации является экзамен (очная форма обучения) и зачет (очно-заочная форма обучения), которые проходят в форме устного собеседования по вопросам. Максимальная сумма баллов, которые магистрант может получить на зачете, равняется 20 баллам, а на экзамене 30 баллам.

Критерии оценивания зачета:

зачтено	20-15	магистрант показал в ответе в полном объеме знание теории вопроса, привел практические примеры, ответ хорошо структурирован по форме; магистрант показал в ответе знание теории вопроса, привел практические примеры, однако в структурном отношении ответ имеет погрешности
не зачтено	менее 15	магистрант допускал в ответе грубые ошибки в освещении теории вопроса с неточностями и/или не справился с задачей иллюстрации ответа практическими примерами, в структурном отношении ответ не продуман.

Шкала оценивания экзамена:

Баллы	Критерии оценивания
30-17	Магистрант прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно и аргументировано ответил на все вопросы с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; теорию связывает с практикой, другими темами данного курса.
16-13	Магистрант прочно усвоил предусмотренный программный материал; но не всегда аргументировано отвечал на вопросы с приведением примеров; показал систематизированные знания, не всегда владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; теорию связывает с практикой, другими темами данного курса.
12-8	Магистрант не достаточно прочно усвоил предусмотренный программный материал; но не всегда аргументировано отвечал на вопросы с приведением примеров; показал недостаточно систематизированные знания, не всегда владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников; не связывает теорию с практикой.
7-0	Магистрант не усвоил предусмотренный программный материал; не ответил на большинство вопросов преподавателя, не связывает теорию с практикой.

Итоговая шкала оценивания результатов освоения дисциплины

Баллы	Оценивание по системе «зачтено / не зачтено»
100-41	зачтено
40-0	не зачтено