

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
Б. В. Кайгородов
04 апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой психологии
Б. В. Кайгородов
04 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Составитель	Семеняк О. В., к.псх.н., доцент кафедры психологии
Согласовано с работодателями:	Русанова О.А., психолог I категории отряда охраны филиала ПАО «Газпром» в г. Краснодаре; Лыкова Е.К., руководитель отдела по психолого- педагогической работе при управлении образования администрации муниципального образования «Город Астрахань»;
Направление подготовки	37.04.01 Психология
Направленность (профиль) ОПОП	Организационная психология
Квалификация (степень)	магистр
Форма обучения	очная / очно-заочная
Год приёма	2024
Курс	2 (по очной форме) 2 (по очно-заочной форме)
Семестр	4 (по очной форме) 4 (по очно-заочной форме)

Астрахань – 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целью освоения дисциплины Б.1.Д.08.01 «Психологические основы маркетинга» является: ознакомление с основными направлениями развития теории и практики современного маркетинга на примере маркетинговых задач современных организаций, с психологическими аспектами реализации современных маркетинговых технологий, а также с основами маркетинга как системы практических знаний, направленных на экономически эффективное взаимодействие людей в различных видах практической деятельности.

Приобретение таких знаний составляет важное условие для квалифицированного решения проблем, связанных с гармонизацией системы отношений человека с миром, с другими людьми и с самим собой.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- 1) изучить психологические закономерности, объясняющие и оптимизирующие результативность маркетинговой деятельности;
- 2) изучить возможности применения психотехнологий в решении маркетинговых задач.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина Б.1.Д.08.01. «Психологические основы маркетинга» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (к элективным дисциплинам) и осваивается в 4 семестре очной и очно-заочной формы обучения.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки:

знать: специфику индивидуальных особенностей человека, эмоционально-волевой регуляции его поведения, мотивационной сферы, познавательных процессов, личности; представления об основных понятиях, принципах и методах психологии, необходимых для последующего более глубокого понимания и лучшего усвоения специальных разделов психологии; а также знать достижения таких наук о человеке и его деятельности, как философия, социология, психология, история, основы права, этика;

уметь: анализировать основные теоретические направления и подходы, общие, специфические закономерности и индивидуально-психологические особенности человека и его деятельности; а также уметь работать с текстом учебника, с дополнительной литературой, выделять главное, делать выводы, формулировать свою позицию к изучаемому вопросу;

владеть: способами и приемами развития психических процессов, свойств и состояний личности человека; а также владеть навыками поиска и первичной обработки информации в сфере гуманитарного знания, устной и письменной коммуникации в рамках общественных наук, которые осваиваются в следующих дисциплинах: «Актуальные проблемы теории и практики современной психологии», «Организационная диагностика», «Профессиональное самоопределение и развитие».

2.3. Последующие учебные дисциплины и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: профессиональная деятельность выпускника.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование элементов компетенции в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки / специальности:

- а) универсальной (УК): УК-3 – способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели;
- в) профессиональной (ПК): ПК-3 – способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии организационного управления, обеспечивать их психологическое сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия.

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
УК-3	УК-3.2. Умеет определять стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления, анализировать интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности; подбирать методы и методики исследования профессиональных практических задач; уметь анализировать и интерпретировать результаты научного исследования.	Знает стили управления и эффективности руководства командой; способы вырабатывания командной стратегии	Умеет определять стили управления и эффективности руководства командой; вырабатывать командную стратегию, умеет анализировать и интерпретировать результаты научного исследования.	Владеет технологией реализации основных функций управления, анализировать интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами; применяет принципы и методы организации командной деятельности; подбирает методы и методики исследования профессиональных практических задач
ПК-3	ПК-3.1 Знает мероприятия, направленные на реализацию стратегии организационного управления	Знает мероприятия, направленные на реализацию стратегии организационного управления	Умеет проводить мероприятия, направленные на реализацию стратегии организационного управления	Владеет навыками организации и проведения мероприятий, направленных на реализацию стратегии организационного управления

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачётные единицы (72 часа).

Трудоёмкость отдельных видов учебной работы студентов очной и очно-заочной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	для очно-заочной формы обучения
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	2
Объем дисциплины в академических часах	72	72
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	33	18
- занятия лекционного типа, в том числе:	11	-
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-	-
- занятия семинарского типа (семинары, практические, лабораторные), в том числе:	22	18
- практическая подготовка (если предусмотрена)	-	-
- консультация (предэкзаменационная)	-	-
- промежуточная аттестация по дисциплине	-	-
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	39	54
Форма промежуточной аттестации обучающегося (экзамен/зачёт), семестр(ы)	зачёт	зачёт

Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий и самостоятельной работы, для каждой формы обучения представлено в таблице 2.2.

**Таблица 2.2. Структура и содержание дисциплины
для очной формы обучения**

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемо сти, форма промежуточ ной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Понятие маркетинга	3		6					13	22	Составлени е опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Тема 2. Человек в маркетинге	3		6					13	22	Составлени е опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.						КР / КП	СР, час ·	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемо сти, форма промежуточ ной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР					
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога	5		10					13	28	Составлени е опорной схемы по вопросу, фронтальн ый опрос
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										зачёт
Итого за весь период	11		22					39	72	

для очно-заочной формы обучения

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.							СР, час	Итого часов	Форма текущего контроля успеваемо- сти, форма промежуточ- ной аттестации [по семестрам]
	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП			
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Понятие маркетинга			6					16	22	Составление опорной схемы по вопросу, фронталь- ный опрос
Тема 2. Человек в маркетинге			6					16	22	Составление опорной схемы по вопросу, фронталь- ный опрос
Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога			6					22	28	Составление опорной схемы по вопросу, фронталь- ный опрос
Консультации										
Контроль промежуточной аттестации										зачёт
Итого за весь период			18					54	72	

Таблица 3. Матрица соотнесения разделов, тем учебной дисциплины и формируемых в них компетенций

Разделы, темы дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции		общее количество компетенций
		УК-3	ПК-3	
Тема 1. Психология рекламы как дисциплина	22	+	+	2
Тема 2. Человек в маркетинге	22	+	+	2
Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога	28	+	+	2
Итого	72	+	+	2

Краткое содержание каждой темы дисциплины

Тема 1. Понятие маркетинга

Понятие маркетинга. Определение понятия маркетинга как вида практической деятельности, направленного на удовлетворение нужд и потребностей людей. Понятия нужды и потребности в маркетинге и психологии. Основные элементы маркетинга.

Тема 2. Человек в маркетинге

Концепция человека и мотивации его поведения в маркетинге. Маркетинговые коммуникации. Психологические концепции маркетинга. Мотивационно-потребностный маркетинг Ф. Котлера. Маркетинг представлений Дж. Траута. Сенсорный маркетинг М. Линдстрема.

Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога

Маркетинг профессиональной деятельности психолога. Работа психолога в сфере маркетинга и этические нормы профессиональной деятельности специалиста. Психологические профессионально важные качества психолога маркетинга и их оценка.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине

Основные формы занятий по данной дисциплине являются лекционные и практические (семинарские) занятия. Лекция представляет собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела учебной дисциплины. Слушание лекции предполагает активную мыслительную деятельность студентов, главная задача которых – понять сущность рассматриваемой темы, уловить логику рассуждений лектора; размышляя вместе с ним, оценить его аргументацию, составить собственное мнение об изучаемых проблемах и соотнести услышанное с тем, что уже изучено. При этом студент должен конспектировать (делать записи) изложенный в лекции материал. Ведение конспектов является творческим процессом и требует определенных умений и навыков. Целесообразно следовать некоторым практическим советам: формулировать мысли кратко и своими словами, записывая только самое существенное; учиться на слух отделять главное от второстепенного; оставлять в тетради поля, которые можно использовать в дальнейшем для уточняющих записей, комментариев, дополнений; постараться выработать свою собственную систему сокращений часто встречающихся слов (это дает возможность меньше писать, больше слушать и думать). Сразу после лекции полезно просмотреть записи и по свежим следам восстановить пропущенное и дописать в конспект.

Практическое (семинарское) занятие – это особая форма учебно-теоретических занятий, которая, как правило, служит дополнением к лекционному курсу. Его отличительной особенностью является активное участие самих студентов в объяснении вынесенных на рассмотрение проблем, вопросов. Преподаватель дает возможность студентам свободно высказаться по обсуждаемому вопросу и только помогает им правильно построить обсуждение.

Студенты заблаговременно знакомятся с планом семинарского занятия и литературой, рекомендуемой для изучения данной темы, чтобы иметь возможность подготовиться к семинару.

При подготовке к занятию необходимо: проанализировать его тему, подумать о цели и основных проблемах, вынесенных на обсуждение; внимательно прочитать конспект лекции по этой теме; изучить рекомендованную литературу, делая при этом конспект прочитанного или выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре; постараться сформулировать свое мнение по каждому вопросу и аргументировано его обосновать. Практическое (семинарское) занятие помогает студентам глубоко овладеть предметом, способствует развитию умения самостоятельно работать с учебной литературой и документами, освоению студентами методов научной работы и приобретению навыков научной аргументации, научного мышления. Преподавателю же работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса.

Семинарские занятия по дисциплине могут проводиться с применением принципов работы в командах, обучения равных равными, использования методов геймификации, визуализации, анализа текстов, подготовки групповых проектных заданий и др.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины

При освоении курса необходимо ознакомиться с рабочей программой и подобрать соответствующую литературу. Теоретический материал следует изучать последовательно в соответствии с рабочей программой. Также следует ориентироваться на конспекты лекций, излагающие кратко материал курса. Это позволит получить представления о предметном поле дисциплины, освоив соответствующую терминологию, выявить сущность основных понятий и закономерностей, определить основные подходы к решению поставленных задач.

**Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся
для очной формы обучения**

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Тема 1. Понятие маркетинга 1. Понятие маркетинга 2. Определение понятия маркетинга как вида практической деятельности, направленного на удовлетворение нужд и потребностей людей. 3. Понятия нужды и потребности в маркетинге и психологии. 4. Основные элементы маркетинга.	13	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 2. Человек в маркетинге 1. Концепция человека и мотивации его поведения в маркетинге. 2. Маркетинговые коммуникации. 3. Психологические концепции маркетинга. 4. Мотивационно-потребностный маркетинг Ф. Котлера. 5. Маркетинг представлений Дж. Траута. 6. Сенсорный маркетинг М. Линдстрема.	13	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога 1. Маркетинг профессиональной деятельности психолога. 2. Работа психолога в сфере маркетинга и этические нормы профессиональной деятельности специалиста. 3. Психологические профессионально важные качества психолога маркетинга и их оценка.	13	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос

для очно-заочной формы обучения

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Тема 1. Понятие маркетинга 5. Понятие маркетинга 6. Определение понятия маркетинга как вида практической деятельности, направленного на удовлетворение нужд и потребностей людей. 7. Понятия нужды и потребности в маркетинге и психологии. 8. Основные элементы маркетинга.	16	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 2. Человек в маркетинге 7. Концепция человека и мотивации его поведения в маркетинге. 8. Маркетинговые коммуникации. 9. Психологические концепции маркетинга. 10. Мотивационно-потребностный маркетинг Ф. Котлера. 11. Маркетинг представлений Дж. Траута. 12. Сенсорный маркетинг М. Линдстрема.	16	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога 4. Маркетинг профессиональной деятельности психолога. 5. Работа психолога в сфере маркетинга и этические нормы профессиональной деятельности специалиста. 6. Психологические профессионально важные качества психолога маркетинга и их оценка.	22	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины , выполняемые обучающимися самостоятельно

Основные требования к составлению доклада для семинарского занятия

Доклад состоит из трёх частей: введение, основная часть, выводы.

Введение – предварительное сообщение общего характера.

Основная часть доклада состоит из двух частей теоретической и практической. В теоретическом разделе отражаются основные научные положения по заявленной теме. В практической части дается анализ конкретных ситуаций по исследуемой проблематике.

Выводы доклада формируются на основе полученных теоретических знаний, а также студент предлагает свои предложения и рекомендации по заявленному вопросу семинарского занятия.

Доклад должен сопровождаться презентационным материалом. В презентационном докладе могут содержаться видеоматериалы, помимо основных текстовых положений темы. Допустимый объём слайдов 8-10. При подготовке всех форм семинарских занятий студенты должны использовать максимальный объём научной литературы. Помимо предложенного списка источников допускается и даже приветствуется самостоятельный подбор литературы студентом.

Особенности работы над рефератом

Подготовка реферата (доклада).

Цель задания – самостоятельное углублённое изучение отдельных тем курса, выработка навыков научного анализа психологической литературы.

Реферат представляет собой сокращённое отображение реферируемого произведения (15-20 стр. текста). Главным его достоинством является по возможности точное, концентрированное воспроизведение предмета реферирования, изложение в письменном виде и/или в форме публичного выступления результатов самостоятельного изучения какой-либо проблемы. В зависимости от выбранной темы, целей и задач исследования реферат по клинической психологии предполагает обзор психологических первоисточников, историко-психологической и

научно-теоретической литературы. Написание реферата предполагает изложение авторской позиции по выбранной проблеме путём сопоставления с реферируемым произведением. Перечень тем рефератов и докладов представлен в программе.

Особенности выполнения задания.

Предложенные темы рекомендуется раскрывать по нескольким работам, соответственно изложение темы будет носить обзорный характер. При подготовке рефератов студенты должны ориентироваться на список основной и дополнительной литературы, предложенный в программе дисциплины.

Общая структура реферата традиционно включает в себя введение, основную часть, заключение и библиографию.

Во введении обосновывается актуальность темы для науки и для изучения данного учебного курса в частности. Эта часть реферата также включает перечень ключевых для понимания данной проблемы понятий.

В основной части реферата передаётся содержание изученных первоисточников по данной проблеме.

В заключении студент приводит собственные выводы по изученной проблеме, высказывает аргументированное согласие/несогласие с позицией авторов.

Требования к оформлению работы.

Работа должна быть написана логично, последовательно, чётко, грамотно; с соблюдением абзацев, страницы пронумерованы, на каждой следует оставлять поля для замечаний рецензента.

Критерии оценивания рефератов

Оценкой **«отлично»** оценивается реферат, в котором соблюдены следующие требования: обоснована актуальность избранной темы; полно и четко представлены основные теоретические понятия; проведен глубокий анализ теоретических и практических исследований по проблеме; продемонстрировано знание методологических основ изучаемой проблемы; показана осведомленность о новейших исследованиях в данной отрасли (по материалам научной периодики); уместно и точно использованы различные иллюстративные приемы – примеры, схемы, таблицы и т. д.; показано знание межпредметных связей; работа написана с использованием терминов современной науки, хорошим русским языком, соблюдена логическая стройность работы; соблюдены все требования к оформлению реферата.

Оценкой **«хорошо»** оценивается реферативная работа, в которой в целом раскрыта актуальность темы; в основном представлен обзор основной литературы по данной проблеме; недостаточно использованы последние публикации по данному вопросу; выводы сформулированы недостаточно полно; собственная точка зрения отсутствует или недостаточно аргументирована; в изложении преобладает описательный характер.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется при условии: изложение носит исключительно описательный, компилятивный характер; библиография ограничена; изложение отличается слабой аргументацией; работа не выстроена логически; недостаточно используется научная терминология; выводы тривиальны; имеются существенные недостатки в оформлении.

Если большинство изложенных требований к реферату не соблюдено, то реферат не засчитывается.

Составление опорной схемы по вопросу

Самостоятельная работа студентов предполагает осмысление и структурирование изучаемого материала. Одной из форм структурирования изучаемого материала является составление опорной схемы по изучаемому вопросу.

Опорная схема – это блок-схема, т. е. схема, состоящая из блоков и связей между ними. Блоки нужно выделять на основе ключевых составляющих понятий или явлений, способа действия, алгоритма. Возможности современных офисных компьютерных программ облегчают создание удобных для восприятия опорных схем. Опорную схему нужно пояснять дополнительными иллюстративными материалами, конкретными примерами,

Создавать опорную схему следует в следующем порядке:

- выделение ключевых фрагментов из вербального описания (литературного источника – статьи, монографии): смысловых блоков и связей между ними;
- выбор двух-трёх словесных обозначений для каждого фрагмента, при этом сокращение должно быть конструктивным;

- составление списка этих словесных обозначений, который поможет яснее увидеть связи между блоками и создать эскиз опорной схемы;
- создание черновика схемы на большом листе или в специальной компьютерной программе (например, MS Visio). Важно, чтобы схема могла допускать ее редактирование с целью ее симметричности, единообразия, удобства для восприятия и понимания. Целью является не быстрое, а качественное создание схемы;
- перенос готовой опорной схемы на носители, которые планируется использовать на занятии, в образовательной платформе дистанционного обучения LMS Moodle.

Наиболее удобно размещать опорную схему в электронной презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («титального») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (опорная схема), слайд с текстовым разъяснением схемы и слайд с выводом по раскрываемому вопросу.

Анализ монографий и составление аннотаций

Самостоятельная работа студентов предполагает следующие формы: изучение научно-методической работ и беседа по их содержанию, а также анализ и реферирование источников, обозначенных в программе.

Остановимся подробнее над тем, **как необходимо работать над литературным источником.**

Начинать работу над изучением книги (статьи) целесообразно с общего **предварительного знакомства**. Алгоритм работы может быть представлен следующим образом:

- формальные характеристики анализа – название, автор, когда издана (были ли дополнения, исправления, переработки и т.д., трансформировались ли взгляды автора по данной проблеме), выясняем объём;
- содержательный обзор – знакомимся с введением, оглавлением, с общим планом, с заключением, в котором автор, как правило, резюмирует основное.

После предварительного знакомства следует бегло ознакомиться со всем текстом, выделенным для анализа, при этом главной задачей будет постараться понять содержание текста в целом, выделить основные мысли или идеи текста (о чём говорится? какие вопросы ставиться). Какова позиция автора (позитивная, негативная, нейтральная, двойственное отношение к изложенной проблеме; предлагаемый ответ на поставленный вопрос, основные аргументы)? Определите проблему или проблематику, поднятую автором, насколько она актуально и значима.

Работая с источником, можно придерживаться следующих рекомендаций.

Обращайте внимания на все непонятные понятия и выражения, работая с текстом, используйте понятийный словарь. Ведите диалог с автором текста. Читая, ставьте вопросы к тексту и выдвигайте предположения о дальнейшем его содержании. Проверяйте верность выдвинутых вами предположений при чтении последующих частей текста.

Спорьте с автором, выдвигайте свои контраргументы. (Свой ответ аргументируйте, используя значения из других теоретических источников, практического материала, жизненных наблюдений). Старайтесь выделять в тексте главное, существенные мысли. Найдите важную информацию, делайте выписки основных идей, положений. Обращайте внимание на фразы, выделенные графически (так как именно они часто выражают ключевые понятия и мысли). Особое внимание уделяйте первым фразам каждого абзаца, так как они, как правило, выражают обобщающее суждение автора. Это поможет выполнить задание, связанные с анализом текста, позволит лучше понять позицию автора текста.

Заключительные этап работы с текстом предполагает повторное прочтение текста с конспектированием (выделение плана, отбор цитат и т.д.). Работая на данном этапе, следует отбирать главные мысли автора, основные положения, выписывать новые термины, уточнять их содержание. На этом этапе читаемый материал включается в уже имеющиеся знания, и занимают в их системе определённое место. При высказывании собственного мнения необходимо сохранять научный стиль изложения собственной позиции по анализируемому источнику.

Критерии оценивания задания:

Исходя их общих принципов оценивания самостоятельной работы студентов, выполнения задания оценивается по следующим критериям: глубина и полнота раскрытия проблем, изложенных в первоисточнике; логичность и связанность изложения авторской позиции,

точность передачи содержания первоисточника; наличие собственного мнения по проблемам, поднимаемым в первоисточнике; культура речи.

Составление опорных схем и таблиц

Цель работы – формирование у студента навыка анализа учебно-методического текста в виде словесно-схематического изображения прочитанного.

Особенности выполнения задания.

Тема для составления опорных схем и таблиц выбирается студентами самостоятельно из представленного в программе списка. Содержательное наполнение схем и таблиц должно развивать положения, представленные в лекционном курсе или представлять альтернативные подходы к изучаемой проблеме.

Основное содержание опорных схем обязательно должно включать в себя следующие моменты:

- описание сущности изучаемого явления или феномена;
- выделение особенностей протекания психических процессов;
- раскрытие особенностей работы психолога по данной тематике.
- список использованной литературы.

Критерии оценки – полнота изложенного материала, последовательность в раскрытии проблемы, чёткость формулировок, обозначение взаимосвязи между отдельными аспектами проблемы, аккуратность оформления.

Каждое грамотно выполненное задание оценивается в 5 баллов.

Составление тематического словаря понятий.

Словарь необходимо вести на протяжении изучения курса, в процессе изучения каждого раздела учебной дисциплины. При этом выбранная тема словаря должна расширяться на каждом этапе обучения. При заполнении терминологического словаря рекомендуется использовать следующий алгоритм анализа: термин; содержание; автор термина; источник сведений (наименование источника, изд-во, год, стр.)

Составление глоссария ключевых понятий психологии развития.

Глоссарий необходимо вести на протяжении изучения курса, в процессе изучения каждого раздела учебной дисциплины. При этом выбранная тема глоссария должна расширяться на каждом этапе обучения. При заполнении терминологического глоссария рекомендуется использовать следующий алгоритм анализа: термин; содержание; автор термина; источник сведений (наименование источника, изд-во, год, стр.) Количество терминов не менее 30.

Глоссарий может быть составлен по следующему образцу:

Понятие	Определение	Автор, выходные данные источника
Амбивалентность	(от лат. ambo – оба и valentia – сила) термин З. Фрейда. А. – характеристика влечений, в которых психоанализ выделяет созидательные и разрушительные тенденции – влечение к жизни и влечение к смерти (Эрос и Танатос).	Психологический словарь, М., 2006.

Критериями для оценивания качества словаря являются:

- соответствие терминов заданной направленности словаря;
- полнота словаря;
- наличие альтернативных толкований того или иного термина.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины применяются образовательные технологии, развивающие у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерские качества: ролевые игры, круглый стол, кейс-задачи, творческие групповые и индивидуальные задания, проектная деятельность.

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Понятие маркетинга	Обзорная лекция	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос	Не предусмотрено
Тема 2. Человек в маркетинге	Лекция-диалог	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос	Не предусмотрено
Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога	Обзорная лекция	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии

Информационные технологии, используемые при реализации различных видов учебной и внеучебной работы:

- использование возможностей Интернета в учебном процессе (использование сайта преподавателя (рассылка заданий, предоставление выполненных работ, ответы на вопросы, ознакомление учащихся с оценками и т.д.));
- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование интегрированных образовательных сред, где главной составляющей являются не только применяемые технологии, но и содержательная часть, т.е. информационные ресурсы (доступ к мировым информационным ресурсам, на базе которых строится учебный процесс);
- использование виртуальной обучающей среды [LMS Moodle «Электронное образование») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров].

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Microsoft Office 2013	Пакет офисных программ
OpenOffice	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система

Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Mozilla FireFox	Браузер
Google Chrome	Браузер
Opera	Браузер

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем
Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО «ИВИС» http://dlib.eastview.com Имя пользователя: AstrGU Пароль: AstrGU
Электронные версии периодических изданий, размещённые на сайте информационных ресурсов www.polpred.com
Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» https://library.asu.edu.ru/catalog/
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/
Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) – сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. http://mars.arbicon.ru
Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Психологические основы маркетинга» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие разделов, тем дисциплины, результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
Тема 1. Понятие маркетинга	УК-3; ПК-3	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 2. Человек в маркетинге	УК-3; ПК-3	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос
Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога	УК-3; ПК-3	Составление опорной схемы по вопросу, фронтальный опрос

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8. Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине

Тема 1. Понятие маркетинга

1. Понятие маркетинга
2. Определение понятия маркетинга как вида практической деятельности, направленного на удовлетворение нужд и потребностей людей.
3. Понятия нужды и потребности в маркетинге и психологии.
4. Основные элементы маркетинга.

2. Составление опорной схемы.

Составление опорной схемы по одному из предложенных вопросов (на выбор студента) и представление её в формате презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («титального») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (схема, таблица, рисунок и проч.) и слайд с самостоятельным выводом студента по раскрываемому вопросу.

Тема 2. Человек в маркетинге

1. Устный опрос по следующим вопросам:

1. Концепция человека и мотивации его поведения в маркетинге.
2. Маркетинговые коммуникации.
3. Психологические концепции маркетинга.
4. Мотивационно-потребностный маркетинг Ф. Котлера.
5. Маркетинг представлений Дж. Траута.
6. Сенсорный маркетинг М. Линдстрема.

2. Составление опорной схемы.

Составление опорной схемы по одному из предложенных вопросов (на выбор студента) и представление её в формате презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («титального») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (схема, таблица, рисунок и проч.) и слайд с самостоятельным выводом студента по раскрываемому вопросу.

Тема 3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога

1. Дискуссия по следующим вопросам:

1. Маркетинг профессиональной деятельности психолога.
2. Работа психолога в сфере маркетинга и этические нормы профессиональной деятельности специалиста.
3. Психологические профессионально важные качества психолога маркетинга и их оценка.

2. Составление опорной схемы.

Составление опорной схемы по одному из предложенных вопросов (на выбор студента) и представление её в формате презентации. Презентация должна включать в себя, помимо первого («титального») слайда, слайд со схематическим отображением сути раскрываемого вопроса (схема, таблица, рисунок и проч.) и слайд с самостоятельным выводом студента по раскрываемому вопросу.

Примеры задач

Задача № 1.

Фирма «Гамма» выпустила новый стиральный порошок. В результате процесса принятия товара-новинки фирма приобрела 600000 новых покупателей. Рассчитайте распределение покупателей фирмы по категориям: новаторы, ранние последователи, раннее большинство, позднее большинство, отстающие.

Задача № 2.

Определите последовательность стадий простой модели покупательского поведения.

1. «Черный ящик» сознания покупателя.
2. Ответные реакции покупателя на внешние и внутренние раздражители в отношении товара, цены, места продажи и методов стимулирования.
3. Побудительные факторы маркетинга и прочие раздражители.

Задача № 3.

Распределите в логическую цепь следующие этапы процесса принятия решения о покупке.

1. Решение о покупке.
2. Поиск информации.
3. Осознание проблемы.
4. Реакция на покупку.
5. Оценка вариантов.

Темы для рефератов

1. Концепция человека и мотивации его поведения в маркетинге.
2. Маркетинг представлений Дж. Траута.
3. Маркетинг профессиональной деятельности психолога.
4. Маркетинговые коммуникации.
5. Мотивационно-потребностный маркетинг Ф. Котлера.
6. Определение понятия маркетинга как вида практической деятельности, направленного на удовлетворение нужд и потребностей людей.
7. Основные элементы маркетинга.

8. Понятие маркетинга
9. Понятия нужды и потребности в маркетинге и психологии.
10. Психологические концепции маркетинга.
11. Психологические профессионально важные качества психолога маркетинга и их оценка.
12. Работа психолога в сфере маркетинга и этические нормы профессиональной деятельности специалиста.
13. Сенсорный маркетинг М. Линдстрема.

Перечень вопросов и заданий, выносимых на зачёт

1. Понятие маркетинга
2. Определение понятия маркетинга как вида практической деятельности, направленного на удовлетворение нужд и потребностей людей.
3. Понятия нужды и потребности в маркетинге и психологии.
4. Основные элементы маркетинга.
5. Концепция человека и мотивации его поведения в маркетинге.
6. Маркетинговые коммуникации.
7. Психологические концепции маркетинга.
8. Мотивационно-потребностный маркетинг Ф. Котлера.
9. Маркетинг представлений Дж. Траута.
10. Сенсорный маркетинг М. Линдстрема.
11. Маркетинг профессиональной деятельности психолога.
12. Работа психолога в сфере маркетинга и этические нормы профессиональной деятельности специалиста.
13. Психологические профессионально важные качества психолога маркетинга и их оценка.

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-3. Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели				
1	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Что изучает психология маркетинга? а. методы управления персоналом б. процесс разработки продуктов в. взаимодействие потребителей с рекламой и брендами г. техники продаж	в.	1 мин.
2	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Какой принцип воздействия на потребителя основан на повторении сообщения для укрепления его восприятия потребителем?	б.	1 мин.

		а. вовлечение б. эффект повторения		
3	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Какой тип исследования позволяет оценить мотивы и предпочтения потребителей на глубинном уровне? а. количественное исследование б. экспериментальное исследование с. качественное исследование	с.	1 мин.
4	Задание комбинированного типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и напишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Как называется качественный метод исследования, заключающийся в организации исследования посредством сбора группы для обсуждения поставленной задачи? а. дискуссия б. обсуждение с. фокус-группа	с. Фокус-группа – это качественный метод исследования, в котором небольшая группа людей (обычно 6-12 человек) обсуждает определенную тему под руководством модератора. Цель – получить глубинное понимание мнений, чувств, мотивов и реакций участников на заданную тему, продукт или услугу.	3 мин.
5	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Что такое маркетинговая стратегия? а. долгосрочный, прямой и общий план маркетинговой деятельности, разработанный для достижения своих целей в рамках имеющихся ресурсов б. делегирование полномочий с. распределение ресурсов	а.	3 мин.
6	Задание открытого	Прочитайте вопрос и	Цифровой маркетинг	3 мин.

	типа	дайте развёрнутый ответ. Как называется продвижение продуктов и услуг с использованием цифровых технологий, в основном в интернете, но также включая мобильные устройства, отображение рекламы и любые другие цифровые средства?		
7	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Какова роль установки приоритетов в маркетинге?	Определение порядка важности и срочности задач для их последовательного выполнения	3 мин.
8	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Что такое «эффект Зейгарник»?	Тенденция к запоминанию и завершению незавершённых задач	3 мин.
9	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Что такое социальный маркетинг?	Применение маркетинговых принципов и техник для влияния на общественное мнение и изменение социального поведения	3 мин.
10	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Что такое принцип «Парето» маркетинге?	Фокус на 20% задач, которые приносят 80% результатов	3 мин.

ПК-3. Способен разрабатывать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии организационного управления, обеспечивать их психологическое сопровождение и оценивать организационные и социальные последствия

1	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Что входит в организационное поведение? а. люди, организационные структуры, технологии и внешняя среда организации б. способ подсчета рабочих часов с. инструмент для приоритизации задач по важности и срочности d. техника управления сном и бодрствованием	а.	1 мин.
2	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один	б.	1 мин.

		правильный вариант ответа. Что такое модели организационного поведения? а) это правила поведения в организации; б) это системы убеждений, которые определяют деятельность руководителя в конкретной компании; в) это организационные структуры; г) это планирование деятельности организации.		
3	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Стиль руководства – это: а) процесс управления группой людей, осуществляемой руководителем как посредником между социальной властью и членами общности на основе правовых полномочий; б) обобщенные виды поведения руководителя в отношениях с подчиненными в процессе достижения поставленных целей; в) отношения доминирования и подчинения; г) влияние, которым пользуется руководитель.	б.	1 мин.
4	Задание закрытого типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и напишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Поле организационного поведения включает факторы: а) людей, организационные структуры, технологии и внешнюю среду организации; б) людей, рабочие группы,	а. Природа организации формируется в процессе взаимодействия различных сил, многообразие видов которых может быть классифицировано по четырем направлениям – люди, организационные структуры, технологии и внешняя среда, в которой действует	3 мин.

		подразделения; в) людей, организационные структуры, руководителей; г) внутреннюю среду организации, рабочие группы, персонал.	данная организация	
5	Задание комбинированного типа	Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа. Для более эффективной организации деятельности необходимо определить, какие задачи следует выполнять в первую очередь, а какие можно отложить, что в конечном итоге приводит к лучшей организации труда и большей эффективности. Как называется этот приём: а. определение приоритетов б. делегирование полномочий в. распределение ресурсов	а.	3 мин.
6	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Объясните понятие «управление организацией»»	Управление организацией — это процесс влияния на деятельность людей и ресурсы внутри организации для достижения общих целей. Он включает планирование, организацию, мотивацию, координацию и контроль. В итоге, управление организацией направлено на эффективное использование ресурсов и получение максимальных результатов	3 мин.
7	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развёрнутый ответ. Какова роль целенаправленного воздействия?	Целенаправленное воздействие: Управление предполагает воздействие на подчинённые подразделения и персонал с целью	3 мин.

			достижения поставленных задач.	
8	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развернутый ответ. Что такое «система управления»?	Управление организацией является системой, включающей взаимосвязанные элементы и процессы, направленные на достижение целей.	3 мин.
9	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развернутый ответ. Какова основная цель психологические основы маркетинга?	Эффективное управление временем	3 мин.
10	Задание открытого типа	Прочитайте вопрос и дайте развернутый ответ. Что подразумевает целостный подход в управлении организацией?	Управление организацией предполагает целостный подход, охватывающий все аспекты деятельности и взаимодействие различных подразделений.	3 мин.

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях:		30	по календарно-тематическому плану
1.1.	полный ответ по вопросу	5/2 балла	15	
1.2.	дополнение	10/0,5 балла	5	
1.3.	доклад (сообщение) по дополнительной теме	2/5 баллов	10	
2.	Выполнение творческих заданий	5/3 балла	20	по календарно-тематическому плану
3.	Выполнение контрольной работы	2/10 баллов	20	по календарно-тематическому плану
4.	Практическая работа по темам	5/6 баллов (0,6 балла за каждый правильный ответ)	20	по календарно-тематическому плану
Всего			90	

5.	Блок бонусов			
5.1.	Посещение занятий	0,2 балла за занятие, но не более 4	10	по календарно-тематическому плану
5.2.	Активность студента на занятии	0,4 балла за занятие, но не более 3		
5.3.	Наличие тематических портфолио	0,2 балла но не более 1		
	Участие с докладами на научных конференциях	0,2 балла но не более 2		
Всего			10	
Итого:			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Баллы
Опоздание на занятие	-2
Нарушение учебной дисциплины	-4
Неготовность к занятию	-4
Пропуск занятий без уважительной причины (за одно занятие)	-4

Таблица 12. Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	

При реализации дисциплины в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Душкина, М. Р. Психология маркетинга и рекламы : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566990>

8.2. Дополнительная литература

1. Акимова, Ю. Н. Психология управления : учебник и практикум для вузов / Ю. Н. Акимова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 364 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18847-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560156>

2. Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : учебник для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12509-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566870>

3. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566990>
4. Каменская, В. Г. Психология управления. Социально-психологические основы управленческой деятельности : учебник для вузов / В. Г. Каменская. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05617-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557746>
5. Психология управления персоналом : учебник для вузов / под общей редакцией Е. И. Рогова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03827-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536223>
6. Савина, Н. В. Психологические основы маркетинга в образовании : учебник для вузов / Н. В. Савина, Е. В. Лопанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19573-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566939>
7. Сафонов, А. А. Образовательный маркетинг : учебник для вузов / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17645-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581021>

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. **Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента».** Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. www.studentlibrary.ru. *Регистрация с компьютеров АГУ*
2. **Электронная библиотечная система IPRbooks.** www.iprbookshop.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционная аудитория с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, зал открытого доступа к сети Интернет, ПК.

Аудитория для семинарских занятий с мультимедиа ресурсами для показа видео-контента и презентаций, организации командной работы со студентами.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются их индивидуальные психофизические особенности. Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на

соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитав задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).