Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Стегний Кирилл Владимирович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 26.05.2026 14:22:45
Уникальный программный ключ:
d59234ba928aea5c04c54eb9013e367220b6b2ae

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тихоокеанский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующий кафедрой
/ И.П. Черная /
«15» апреля 2025 г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога

(наименование дисциплины (модуля)

Направление подготовки	37.04.01 Психология (код, наименование)
Уровень подготовки	магистратура (специалитет/магистратура)
Направленность подготовки	03 Социальное обслуживание (в сферах: психологического сопровождения представителей социально уязвимых слоев населения; консультативной помощи работникам социальных служб, социальной помощи семье и замещающим семьям; оказания психологической помощи отдельным лицам (клиентам), попавшим в трудную жизненную ситуацию; просвещения и повышения психологической культуры населения)
Форма обучения	**очная**
Срок освоения ООП	2 г (нормативный срок обучения)
Кафедра	Социально-гуманитарных и экономических дисциплин

Владивосток, 2025

При разработке методических рекомендаций для преподавателей и обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога в основу положены:
1) ФГОС ВО по направлению подготовки
37.04.01 Психология (магистратура) утвержден Министерством науки и высшего образования 29 июля 2020 № 841 №485,

2) Учебный план по направлению подготовки 37.04.01 Психология (магистратура), направленности: 03 Социальное обслуживание (в сферах: психологического сопровождения представителей социально уязвимых слоев населения; консультативной помощи работникам социальных служб, социальной помощи семье и замещающим семьям; оказания психологической помощи отдельным лицам (клиентам), попавшим в трудную жизненную ситуацию; просвещения и повышения психологической культуры населения),
утвержденный ученым советом ФГБОУ ВО ТГМУ Минздрава России «31» марта 2025 г., Протокол № 8/24-25.

Методические рекомендации для преподавателей и обучающихся по дисциплине разработаны авторским коллективом кафедры социально-гуманитарных и экономических дисциплин ФГБОУ ВО ТГМУ Минздрава России, под руководством заведующего кафедрой социально-гуманитарных и экономических дисциплин профессора, д-ра экон. наук, Черной И.П.

Разработчики:

Зав. кафедрой социально-гуманитарных и экономических дисциплин	Д-р экон. наук, доцент	Черная И.П.
(занимаемая должность)	(ученая степень, ученое звание)	(Ф.И.О.)

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Методические рекомендации по изучению дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины.

Для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога необходимо регулярно разбирать материалы лекций, отвечать на вопросы для самоконтроля. Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникающим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Лекционный материал организует мыслительную деятельность обучающихся, а практические занятия обеспечивают глубину усвоения материала дисциплины.

При подготовке к практическому занятию особое внимание необходимо обращать на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Для организации самостоятельного изучения вопросов дисциплины используются материалы фондов оценочных средств.

Самостоятельная работа студентов обеспечивается следующими условиями:

1. наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;

2. создание системы регулярного контроля качества выполненной самостоятельной работы;

3. консультационная помощь преподавателя.

Методический материал для самостоятельной подготовки представляется в виде литературных источников. В список учебно-методических материалов для самостоятельной работы обучающихся входит перечень библиотечных ресурсов учебного заведения и других материалов, к которым обучающийся имеет возможность доступа.

Самостоятельная работа – вид контактной внеаудиторной работы преподавателей и обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога. Контроль самостоятельной работы осуществляется ведущим преподавателем. Оценка самостоятельной работы учитывается при проведении промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога.

Текущий контроль по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога предназначен для проверки индикаторов достижения компетенций, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики освоения новых знаний. Текущий контроль по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога проводится в течение семестра по всем видам и разделам учебной дисциплины, охватывающим компетенции, формируемые дисциплиной: дискуссии, ситуационные задачи. Текущий контроль знаний студентов, их подготовки к практическим занятиям осуществляется на каждом занятии.

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения индикаторов достижения компетенций. Проводится в форме зачета после освоения обучающимся всех разделов дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога и учитывает результаты обучения по дисциплине по всем видам работы студента на протяжении всего периода обучения по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога. Особой формой работы обучающихся является написание курсовой работы.

Время, отведенное для промежуточной аттестации, указано в графике учебного процесса.

Задания для практических работ, а также задания для подготовки к текущему и промежуточному контролю приведены в фонде оценочных средств по дисциплине

Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Перед консультацией, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЛЕКЦИОННЫМ ЗАНЯТИЯМ

Таблица 1. Методические указания к лекционным занятиям по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога

Тема №1 Маркетинг и его роль в деятельности психолога	
Продолжительность лекционного занятия (в академических часах):	2
Цель лекционного занятия: 1. Раскрыть сущность маркетинга и особенности его применения в профессиональной деятельности психолога. 2. Дать определение понятий «маркетинг услуг», «личный бренд психолога», «психологическая услуга», «целевая аудитория». 3. Рассмотреть современные маркетинговые инструменты продвижения психологических услуг в условиях цифровой трансформации.	
План лекции, последовательность ее изложения: 1. Введение: —Актуальность маркетинга в деятельности современного психолога. —Влияние цифровой среды на рынок психологических услуг. 2. Теоретические основы маркетинга: —Понятие и функции маркетинга. —Особенности маркетинга услуг. —Специфика маркетинга в сфере психологического консультирования. 3. Маркетинг в профессиональной деятельности психолога: —Формирование личного бренда психолога. —Определение целевой аудитории. Репутация и профессиональная этика в продвижении психологических услуг. 4. Современные цифровые инструменты маркетинга: —Социальные сети и цифровые платформы. —Контент-маркетинг и онлайн-коммуникации. —Использование искусственного интеллекта и цифровой аналитики в продвижении услуг психолога. 5. Заключение: —Перспективы развития маркетинга психологических услуг. —Роль цифровых технологий в профессиональной деятельности психолога.	
Рекомендованная литература: Ребрикова, Н. В. Исследование рынка платных психологических услуг: краткий обзор / Н. В. Ребрикова // Лидерство и менеджмент. – 2025. – Т. 12, № 6. – С. 1495–1510. Ребрикова, Н. В. Факторы, формирующие доверие потребителей к услугам частных психологов / Н. В. Ребрикова // Лидерство и менеджмент. – 2025. – Т. 12, № 5. – С. 1297–1310. Жильцова, М. С. Анализ рынка услуг психологов: тенденции и перспективы развития / М. С. Жильцова, О. А. Кузнецова, В. А. Пикалов, Д. А. Бабешко // Вестник Академии знаний. – 2024. – № 1(60). – С. 149–154.	
Тема №2 Маркетинговые исследования в деятельности психолога	

Продолжительность лекций (в академических часах):	4

Цель лекции:
1. Раскрыть сущность маркетинговых исследований и их значение в профессиональной деятельности психолога.
2. Дать определение понятий «маркетинговое исследование», «целевая аудитория», «потребитель психологических услуг», «аналитика рынка».
3. Рассмотреть современные методы исследования рынка психологических услуг в условиях цифровой трансформации

План лекции, последовательность ее изложения:
1.Введение:
—Актуальность маркетинговых исследований в деятельности психолога.
—Изменение рынка психологических услуг в цифровой среде.
2. Теоретические основы маркетинговых исследований:
—Понятие и виды маркетинговых исследований.
—Этапы проведения маркетингового исследования.
—Источники маркетинговой информации.
3. Маркетинговые исследования в деятельности психолога:
—Анализ потребностей клиентов.
—Изучение целевой аудитории психологических услуг.
—Анализ конкурентной среды.
—Оценка удовлетворенности клиентов.
4. Цифровые инструменты маркетинговых исследований:
—Онлайн-опросы и цифровая аналитика.
—Анализ социальных сетей и цифрового поведения клиентов.
—Использование искусственного интеллекта и Big Data в маркетинговых исследованиях.
5. Заключение:
—Перспективы развития маркетинговых исследований в сфере психологических услуг.
—Значение аналитики данных для профессиональной деятельности психолога.

Рекомендованная литература:
Ребрикова, Н. В. Исследование рынка платных психологических услуг: краткий обзор / Н. В. Ребрикова // Лидерство и менеджмент. – 2025. – Т. 12, № 6. – С. 1495–1510.
Жильцова, М. С. Анализ рынка услуг психологов: тенденции и перспективы развития / М. С. Жильцова, О. А. Кузнецова, В. А. Пикалов, Д. А. Бабешко // Вестник Академии знаний. – 2024. – № 1(60). – С. 149–154.
Болдырева, Т. В. Современные маркетинговые инструменты продвижения товаров и услуг / Т. В. Болдырева, М. В. Россинская, Ю. А. Бутырина, Л. Н. Минеева // Креативная экономика. – 2025. – Т. 19, № 4. – С. 1053–1074.
Петрова, С. А. Балансировка подходов к оценке качества услуг социальной сферы / С. А. Петрова, Ю. А. Алексенцева // Креативная экономика. – 2024. – Т. 18, № 12. – С. 3729–3748.
Романишина, Т. С. Продвижение личного бренда в российском медиапространстве: основные постулаты и тренды / Т. С. Романишина, Ю. Г. Бойцова // Вопросы медиабизнеса. – 2022. – Т. 1, № 3. – С. 41–49.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Таблица 2. Методические указания к практическим занятиям по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога

Тема №1 Маркетинг и его роль в деятельности психолога.	
Продолжительность практического занятия (в академических часах):	4
Цель практического занятия: 1. Закрепить знания о сущности маркетинга и его роли в профессиональной деятельности психолога. 2. Рассмотреть особенности продвижения психологических услуг в условиях цифровой трансформации. 3. Проработать определения ключевых понятий: «маркетинг услуг», «личный бренд психолога», «целевая аудитория», «психологическая услуга». 4. Изучить современные цифровые инструменты маркетинга в сфере психологических услуг. 5. Сформировать навыки анализа рынка психологических услуг и разработки элементов маркетинговой стратегии психолога.	
Условия для проведения занятия: аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием, учебная доска, наличие методических разработок по дисциплине.	
Самостоятельная работа обучающегося: написание научно-исследовательской работы. Работа с учебной литературой. Выполнение практических заданий.	
Методы контроля полученных знаний и навыков: обсуждение решений практических заданий, тестирование, собеседование.	
Рекомендованная литература: Ребрикова, Н. В. Исследование рынка платных психологических услуг: краткий обзор / Н. В. Ребрикова // Лидерство и менеджмент. – 2025. – Т. 12, № 6. – С. 1495–1510. Ребрикова, Н. В. Факторы, формирующие доверие потребителей к услугам частных психологов / Н. В. Ребрикова // Лидерство и менеджмент. – 2025. – Т. 12, № 5. – С. 1297–1310. Жильцова, М. С. Анализ рынка услуг психологов: тенденции и перспективы развития / М. С. Жильцова, О. А. Кузнецова, В. А. Пикалов, Д. А. Бабешко // Вестник Академии знаний. – 2024. – № 1(60). – С. 149–154.	
Тема №2 Маркетинговые исследования в деятельности психолога	
Продолжительность практического занятия (в академических часах):	4
Цель практического занятия: 1. Закрепить знания о сущности маркетинговых исследований и их значении в деятельности психолога. 2. Рассмотреть основные виды маркетинговых исследований, применяемых при анализе рынка психологических услуг. 3. Проработать ключевые понятия: «маркетинговое исследование», «целевая аудитория», «потребитель психологических услуг», «конкурентная среда», «удовлетворенность клиента». 4. Изучить методы сбора и анализа информации о потребностях клиентов, спросе на психологические услуги и особенностях поведения потребителей. 5. Сформировать навыки разработки простого плана маркетингового исследования для практической деятельности психолога. 6. Освоить применение цифровых инструментов для проведения опросов, анализа отзывов, изучения социальных сетей и оценки конкурентной среды.	

Условия для проведения занятия: аудитории, оснащенные мультимедийным оборудованием, учебная доска, наличие методических разработок по дисциплине.
Самостоятельная работа обучающегося: написание научно-исследовательской работы. Работа с учебной литературой. Выполнение практических заданий.
Методы контроля полученных знаний и навыков: обсуждение решений практических заданий, тестирование, собеседование.
Рекомендованная литература: Ребрикова, Н. В. Исследование рынка платных психологических услуг: краткий обзор / Н. В. Ребрикова // Лидерство и менеджмент. – 2025. – Т. 12, № 6. – С. 1495–1510. Жильцова, М. С. Анализ рынка услуг психологов: тенденции и перспективы развития / М. С. Жильцова, О. А. Кузнецова, В. А. Пикалов, Д. А. Бабешко // Вестник Академии знаний. – 2024. – № 1(60). – С. 149–154. Болдырева, Т. В. Современные маркетинговые инструменты продвижения товаров и услуг / Т. В. Болдырева, М. В. Россинская, Ю. А. Бутырина, Л. Н. Минеева // Креативная экономика. – 2025. – Т. 19, № 4. – С. 1053–1074. Петрова, С. А. Балансировка подходов к оценке качества услуг социальной сферы / С. А. Петрова, Ю. А. Алексенцева // Креативная экономика. – 2024. – Т. 18, № 12. – С. 3729–3748. Романишина, Т. С. Продвижение личного бренда в российском медиапространстве: основные постулаты и тренды / Т. С. Романишина, Ю. Г. Бойцова // Вопросы медиабизнеса. – 2022. – Т. 1, № 3. – С. 41–49.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ТЕКУЩЕГО И ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ

Таблица 3. Методические указания к проведению текущего и промежуточного контроля по дисциплине Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога

Вид контроля	Форма контроля
Текущий контроль	- проведение и оценка устных или письменных опросов на лекциях и практических занятиях; - проверка и оценка выполнения заданий на практических занятиях; - проверка и оценка выполнения самостоятельных заданий на практических занятиях
Промежуточный контроль	проводится в форме устного зачета, на которых оценивается степень сформированности у обучающихся компетенций, в зависимости от типов задач профессиональной деятельности.

5 ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

5.1. Наличие соответствующих условий реализации дисциплины

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) на основании письменного заявления дисциплина реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей). Обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому

обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходят занятия, другие условия, без которых невозможно или затруднено изучение дисциплины.

5.2. Обеспечение соблюдения общих требований

При реализации дисциплины на основании письменного заявления обучающегося обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение занятий для обучающихся-инвалидов и лиц с ОВЗ в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей обучающимся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего(их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

5.3. Доведение до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме всех локальных нормативных актов ФГБОУ ВО ТГМУ Минздрава России.

Все локальные нормативные акты ФГБОУ ВО ТГМУ Минздрава России по вопросам реализации дисциплины (модуля) доводятся до сведения обучающихся с ОВЗ в доступной для них форме.

5.4. Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья. Продолжительность подготовки обучающегося к ответу на зачете увеличивается не менее чем на 0,5 часа.

6. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Состав научно-педагогических работников, обеспечивающих осуществление образовательного процесса по дисциплине соответствует требованиям ФГОС ВО по специальности 37.04.01 Психология (магистратура), направленности 03 Социальное обслуживание (в сферах: психологического сопровождения представителей социально уязвимых слоев населения; консультативной помощи работникам социальных служб, социальной помощи семье и замещающим семьям; оказания психологической помощи отдельным лицам (клиентам), попавшим в трудную жизненную ситуацию; просвещения и повышения психологической культуры населения), и размещен на сайте образовательной организации.