Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Стегний Кирилл Владимирович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 26.05.2026 14:13:41
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.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
Б1.В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога

основной образовательной программы
высшего образования

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

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. **Фонд оценочных средств** регламентирует формы, содержание, виды оценочных средств для текущего контроля, промежуточной аттестации и итоговой (государственной итоговой) аттестации, критерии оценивания дифференцированно по каждому виду оценочных средств.

1.3. Фонд оценочных средств определяет уровень формирования у обучающихся установленных в ФГОС ВО и определенных в основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 37.04.01 Психология , 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), в сфере профессиональной деятельности (научно-исследовательской) **универсальных (УК-1, УК-6) и профессиональной (ПК-1) компетенций.**
https://tgmu.ru/sveden/files/kek/OOP_37.04.01_Psixologiya_2025.pdf

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ п/п	**Виды контроля**	**Оценочные средства**
		Форма
1	**Текущая аттестация**	**Тестовые задания**
		Практические задачи
		Дискуссии
2	**Промежуточная аттестация**	**Вопросы для собеседования**

3. Содержание оценочных средств текущего контроля

Тестовый контроль

	Код	**Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст**
С	37.04.01	Психология
К	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
К	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
К	ПК-1	Способен к проведению психологического исследования на основе профессиональных знаний и применения психологических технологий, позволяющих осуществлять решение научных и практических задач в области консультативной психологии
Ф		
И		**НАЗОВИТЕ ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ПСИХОЛОГА — ЭТО:** А Случайные посетители сайта Б Группа потенциальных клиентов психологических услуг

		В Руководители организации Г Только коллеги-психологи
		ВЫБЕРИТЕ ВСЕ ВЕРНЫЕ ОТВЕТЫ. **К ЦИФРОВЫМ ИНСТРУМЕНТАМ МАРКЕТИНГА ПСИХОЛОГА ОТНОСЯТСЯ:** А Социальные сети Б Онлайн-консультирование В Email-рассылки Г Бумажный архив Д Цифровая аналитика
		УСТАНОВИТЕ СООТВЕТСТВИЕ МЕЖДУ МЕЖДУ МАРКЕТИНГОВЫМ ПОНЯТИЕМ И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКОЙ

Маркетинговое понятие	Характеристика
1. Целевая аудитория	А. Создание и распространение полезной информации для клиентов
2. Контент-маркетинг	Б. Группа потенциальных потребителей психологических услуг
3. Личный бренд психолога	В. Репутация и профессиональный образ специалиста
4. Маркетинговое исследование	Г. Изучение потребностей клиентов и рынка услуг
5. Цифровой маркетинг	Д. Продвижение услуг с использованием цифровых технологий

Критерии оценивания:
«Отлично» - более 80% правильных ответов
«Хорошо» - 70-79% правильных ответов
«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов
«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов

Типовые практические задачи и чек-листы по дисциплине Б1. В.ДВ.01.02 Маркетинг в деятельности психолога

Практическая задача №1

	Код	**Текст компетенции**
С	37.04.01	Психология
К	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
К	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

К	ПК-1	Способен к проведению психологического исследования на основе профессиональных знаний и применения психологических технологий, позволяющих осуществлять решение научных и практических задач в области консультативной психологии
Ф		
И		ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ЗАДАНИЕМ И ДАЙТЕ РАЗВЕРНУТЫЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ Молодой психолог начал частную практику и создал страницы в социальных сетях для продвижения своих услуг. Однако за три месяца количество клиентов практически не увеличилось. Анализ показал, что публикации выходят нерегулярно, информация о специалисте представлена неполно, отсутствует понимание целевой аудитории, а большая часть контента носит слишком общий характер. Кроме того, психолог не использует цифровую аналитику и не оценивает эффективность продвижения.
В		Проанализируйте ситуацию и определите основные маркетинговые ошибки специалиста. Предложите характеристику целевой аудитории психолога, варианты улучшения личного бренда и рекомендации по продвижению психологических услуг в цифровой среде. Определите возможные инструменты цифрового маркетинга и критерии оценки эффективности маркетинговой деятельности психолога.

Чек-лист к ситуационной задаче № 1

	Код	**Текст компетенции**
С	37.04.01	Психология
К	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
К	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
К	ПК-1	Способен к проведению психологического исследования на основе профессиональных знаний и применения психологических технологий, позволяющих осуществлять решение научных и практических задач в области консультативной психологии
К	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
И		ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ЗАДАНИЕМ И ДАЙТЕ РАЗВЕРНУТЫЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ Молодой психолог начал частную практику и создал страницы в социальных сетях для продвижения своих услуг. Однако за три месяца количество клиентов практически не увеличилось. Анализ показал, что публикации выходят нерегулярно, информация о специалисте представлена неполно, отсутствует понимание

		целевой аудитории, а большая часть контента носит слишком общий характер. Кроме того, психолог не использует цифровую аналитику и не оценивает эффективность продвижения.
В		Проанализируйте ситуацию и определите основные маркетинговые ошибки специалиста. Предложите характеристику целевой аудитории психолога, варианты улучшения личного бренда и рекомендации по продвижению психологических услуг в цифровой среде. Определите возможные инструменты цифрового маркетинга и критерии оценки эффективности маркетинговой деятельности психолога.
Э		Правильный ответ. Основными маркетинговыми ошибками психолога являются отсутствие четкого понимания целевой аудитории, нерегулярное размещение контента, недостаточная информация о профессиональной деятельности и отсутствие анализа эффективности продвижения. Контент носит слишком общий характер и не ориентирован на потребности конкретных клиентов. Целевой аудиторией психолога могут быть студенты, молодые специалисты, родители или люди, испытывающие стресс и эмоциональные трудности. Для улучшения личного бренда необходимо более подробно представить профессиональные компетенции, специализацию, опыт работы и особенности психологической помощи. Для продвижения услуг рекомендуется использовать социальные сети, онлайн-консультирование, контент-маркетинг, видеоматериалы, цифровую рекламу и инструменты аналитики. Эффективность маркетинговой деятельности можно оценивать по количеству обращений клиентов, уровню вовлеченности аудитории, числу подписчиков и удовлетворенности клиентов психологическими услугами.
Р2	отлично	магистрант полно проанализировал ситуацию, правильно определил маркетинговые ошибки, выявил варианты улучшения личного бренда и рекомендации по продвижению психологических услуг в цифровой среде, определил возможные инструменты цифрового маркетинга и критерии оценки эффективности маркетинговой деятельности психолога.
Р1	Хорошо/ удовлетворительно	анализ выполнен частично, имеются отдельные неточности или недостаточно обоснованные выводы.
Р0	неудовлетворительно	магистрант не смог проанализировать ситуацию, определить основные ошибки и предложить обоснованные решения
В		

Практическая задача №2

	Код	**Текст компетенции**
С	37.04.01	Психология
К	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

К	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
К	ПК-1	Способен к проведению психологического исследования на основе профессиональных знаний и применения психологических технологий, позволяющих осуществлять решение научных и практических задач в области консультативной психологии
Ф		
И		ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ЗАДАНИЕМ И ДАЙТЕ РАЗВЕРНУТЫЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ Психологический центр разработал новую программу онлайн-консультирования для подростков и их родителей. Руководство центра рассчитывало быстро привлечь клиентов через социальные сети и цифровую рекламу. Однако спустя два месяца количество обращений оказалось значительно ниже ожидаемого. Анализ показал, что рекламные материалы ориентированы сразу на несколько возрастных групп, информация о программе представлена слишком сложно, а публикации не вызывают интереса у аудитории. Кроме того, клиенты редко оставляют обратную связь, а сотрудники центра не используют инструменты цифровой аналитики.
В		Задание: Проанализируйте ситуацию и определите основные проблемы маркетинговой стратегии центра. Предложите характеристику целевой аудитории программы, рекомендации по улучшению цифрового контента и способы повышения доверия клиентов к психологическим услугам. Определите возможные инструменты цифрового маркетинга и критерии оценки эффективности продвижения программы онлайн-консультирования.

Чек-лист к ситуационной задаче № 2

	Код	**Текст компетенции**
С	37.04.01	Психология
К	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
К	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
К	ПК-1	Способен к проведению психологического исследования на основе профессиональных знаний и применения психологических технологий, позволяющих осуществлять решение научных и практических задач в области консультативной психологии
Ф		

И		ОЗНАКОМЬТЕСЬ С ЗАДАНИЕМ И ДАЙТЕ РАЗВЕРНУТЫЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ Психологический центр разработал новую программу онлайн-консультирования для подростков и их родителей. Руководство центра рассчитывало быстро привлечь клиентов через социальные сети и цифровую рекламу. Однако спустя два месяца количество обращений оказалось значительно ниже ожидаемого. Анализ показал, что рекламные материалы ориентированы сразу на несколько возрастных групп, информация о программе представлена слишком сложно, а публикации не вызывают интереса у аудитории. Кроме того, клиенты редко оставляют обратную связь, а сотрудники центра не используют инструменты цифровой аналитики.
В		Задание: Проанализируйте ситуацию и определите основные проблемы маркетинговой стратегии центра. Предложите характеристику целевой аудитории программы, рекомендации по улучшению цифрового контента и способы повышения доверия клиентов к психологическим услугам. Определите возможные инструменты цифрового маркетинга и критерии оценки эффективности продвижения программы онлайн-консультирования.
Э		Правильный ответ Основными проблемами маркетинговой стратегии центра являются отсутствие четко определенной целевой аудитории, сложная подача информации и недостаточно привлекательный цифровой контент. Рекламные материалы ориентированы одновременно на подростков и родителей, поэтому не учитывают особенности каждой группы клиентов. Кроме того, центр не использует цифровую аналитику и не получает достаточную обратную связь от клиентов. Целевой аудиторией программы являются подростки, испытывающие эмоциональные и коммуникативные трудности, а также их родители, заинтересованные в психологической поддержке детей. Для улучшения продвижения необходимо упростить подачу информации, использовать понятный и визуально привлекательный контент, регулярно публиковать материалы и развивать коммуникацию с аудиторией. Для повышения доверия клиентов рекомендуется размещать информацию о квалификации специалистов, использовать отзывы клиентов, просветительские материалы и онлайн-консультации. В качестве инструментов цифрового маркетинга можно использовать социальные сети, таргетированную рекламу, видеоконтент, онлайн-опросы и цифровую аналитику. Эффективность продвижения можно оценивать по количеству обращений, уровню вовлеченности аудитории, числу подписчиков, обратной связи клиентов и количеству записей на консультации.

Р2	отлично	магистрант полно проанализировал ситуацию, правильно определил основные проблемы маркетинговой стратегии центра, предложил характеристику целевой аудитории программы, рекомендации по улучшению цифрового контента и способы повышения доверия клиентов к психологическим услугам , определ возможные инструменты цифрового маркетинга и критерии оценки эффективности продвижения программы онлайн-консультирования.
Р1	Хорошо/ удовлетворительно	анализ выполнен частично, имеются отдельные неточности или недостаточно обоснованные выводы.
Р0	неудовлетворительно	магистрант не смог проанализировать ситуацию, определить основные ошибки и предложить обоснованные решения
В		

Критерии оценивания:

«Отлично» - более 80% правильных ответов

«Хорошо» - 70-79% правильных ответов

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов

Примерные темы для дискуссий:

1. Роль маркетинга в профессиональной деятельности современного психолога.
2. Личный бренд психолога как фактор профессионального успеха.
3. Этические границы продвижения психологических услуг.
4. Влияние цифровой среды на рынок психологических услуг.
5. Социальные сети как инструмент продвижения психолога: возможности и риски.
6. Может ли психолог эффективно продвигать услуги без цифрового маркетинга?
7. Онлайн-консультирование как новый формат психологических услуг.
8. Искусственный интеллект в маркетинге психологических услуг: преимущества и угрозы.
9. Репутационные риски психолога в цифровой среде.
10. Маркетинговые исследования как основа эффективной работы психолога.
11. Особенности продвижения психологических услуг для разных целевых аудиторий.
12. Проблема доверия клиентов к онлайн-психологам.
13. Контент-маркетинг в деятельности психолога: информирование или манипуляция?
14. Цифровая аналитика и оценка эффективности продвижения психологических услуг.
15. Будущее маркетинга психологических услуг в условиях цифровой трансформации общества.

Критерии оценивания:

«Зачтено» выставляется обучающемуся, если он показал достаточно прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.

«Незачтено» выставляется обучающемуся, если при ответе выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью

преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.

Вопросы для собеседования

	Код	**Текст компетенции**
С	32.04.01	Общественное здравоохранение
К	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
К	УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
К	ПК-1	Способен к проведению психологического исследования на основе профессиональных знаний и применения психологических технологий, позволяющих осуществлять решение научных и практических задач в области консультативной психологии
И		**ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ**
		1. Понятие маркетинга и его роль в деятельности психолога. 2. Особенности маркетинга психологических услуг. 3. Целевая аудитория психолога и методы ее определения. 4. Личный бренд психолога и его значение для профессиональной деятельности. 5. Основные инструменты цифрового маркетинга психологических услуг. 6. Контент-маркетинг в деятельности психолога. 7. Маркетинговые исследования и их значение для психологической практики. 8. Методы анализа потребностей клиентов психологических услуг. 9. Роль социальных сетей в продвижении психологических услуг. 10. Особенности онлайн-консультирования как формы психологической помощи. 11. Цифровая аналитика в маркетинге психологических услуг. 12. Репутационные риски психолога в цифровой среде. 13. Этические проблемы продвижения психологических услуг. 14. Возможности использования искусственного интеллекта в маркетинге психологических услуг. **15.** Критерии оценки эффективности маркетинговой деятельности психолога.

Критерии оценивания:
«Отлично» - более 80% правильных ответов
«Хорошо» - 70-79% правильных ответов

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов

4. Критерии оценивания результатов обучения

«Зачтено» выставляется обучающемуся, если он показал достаточно прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.

«Незачтено» выставляется обучающемуся, если при ответе выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.