



Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра психологии и развития человеческого капитала
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью.

Организация: «ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Сертификат: rbSZeK+ZSqbZgBGqeFZQqmPeW/6OLqJX

Утверждено: Проректор по учебной и методической работе, Е.А. Каменева

Дата: 18.06.2026 г.

Психология цифрового маркетинга

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

37.03.01 - Психология,

Образовательная программа «Психология»

Профиль:

«Психология виртуальной среды и медиапространства»

Рекомендовано

*Факультет социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 06 от 17.02.2021 г.)*

Одобрено

*Кафедра психологии и развития человеческого капитала
(протокол № 08 от 09.02.2021 г.)*



Содержание

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	7
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	8
5.1. Содержание дисциплины	8
5.2. Учебно – тематический план	10
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	12
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	15
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	15
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	20
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	21
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	7
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	9
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	36
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	38
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	38



1. Наименование дисциплины

Психология цифрового маркетинга

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ОПК-4	Способен использовать основные формы психологической помощи для решения конкретной проблемы отдельных лиц, групп населения и (или) организаций, в том числе лицам с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования	Демонстрирует знания основных теорий и концепций психического и личностного развития на разных ступенях жизненного цикла (от пренатального периода, возраста новорожденности до зрелости, старения и старости) с учетом объективных и субъективных факторов, содействующих или препятствующих прогрессивному развитию и реализации потенциалов человека	Знать: базовые теории и концепции психического и личностного развития, в соответствии с фазами жизненного цикла с учетом воздействующих факторов на человека. Уметь: пользоваться учебной и специальной литературой для выявления воздействующих факторов и разработки программ помощи развития и реализации потенциала человека с учетом психологии различий между индивидами.
		Владеет системой научных понятий, касающихся специфики психического функционирования человека с учётом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессио-	Знать: базовые понятия и грамотно применять научную терминологию общей психологии с учетом цифровизации общества. Уметь: грамотно разработать и провести исследование для получения новых знаний с учётом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, и принадлежности индивида к разным группам.



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
		нальной и другим социальным группам	
		Применяет знание о фундаментальных психологических механизмах и закономерностях происхождения, развития и функционирования психики человека, сознания, самосознания и личности для решения практических задач консультирования, коррекции, развития отдельных лиц, групп населения и организаций, в том числе лицам с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования	Знать: базовые и фундаментальные понятия психики человека, грамотно применять механизмы диагностики для решения практических задач консультирования, коррекции, развития отдельных лиц, групп населения и организаций, в том числе лицам с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования Уметь: выбирать диагностические методы и составлять диагностические карты для решения практических задач консультирования, используя знания основ общей психологии.
		Использует эффективные методы психологического сопровождения и оптимизации показателей развития на всех этапах онтогенеза и жизненного пути человека, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования	Знать: основные методы психологического сопровождения и оптимизации показателей развития индивида на разных фазах жизненного цикла. Уметь: выбирать эффективные методы социальной психологии и общей психологии для анализа показателей развития.



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
		Демонстрирует знание базовых методов, технологий и форм психологической помощи, анализируя особенностей деятельности практических психологов по сопровождению развития человека как индивида, личности, субъекта деятельности	Знать: основные и базовые понятия психологической помощи на основе анализа практической деятельности психологов по сопровождению развития индивида. Уметь: анализировать процессы деятельности практических психологов для выбора методов, технологий и форм психологической помощи.
		Использует основные методы, технологии и формы психологической помощи для решения конкретной проблемы отдельных лиц, групп населения и (или) организаций, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья	Знать: базовые методы, технологии и формы психологической помощи для решения конкретной проблемы индивида. Уметь: анализировать и подбирать необходимые методы, технологии и формы психологической помощи для решения конкретной проблемы индивида.
		Прогнозирует изменения и динамику уровня психического и личностного развития в норме и при психических отклонениях с целью гармонизации психического функционирования человека	Знать: основные методики прогнозирования и оценки развития индивида. Уметь: использовать диагностические методики прогнозирования уровня психического и личностного развития индивида с целью гармонизации психического функционирования.
ПКП-5	Способен разрабатывать и реализовывать коррекционные, образовательные и развивающие программы с ис-	Демонстрирует знание основных концепций и программ развития, образования и коррекции развития детей, подростков, взрослых, а	Знать: базовые понятия психологии развития, социальной психологии, психологии личности и грамотно выстраивать программы взаимодействия в условиях современного цифрового общества.



Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
	пользованием информационных технологий и среды виртуальной реальности	также возможности и ограничения их применения в условиях современного цифрового общества	Уметь: анализировать процессы, происходящие с индивидами в условиях современного цифрового общества для корректировки программ и концепций.
		Проектирует и оценивает программы психологической интервенции с целью коррекции, развития, образования детей, подростков, взрослых, направленные на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, профессиональных рисков в различных видах деятельности, используя информационные ресурсы и среду виртуальной реальности	Знать: методы и технологии проектирования программ психологической интервенции с целью коррекции, развития, образования населения в условиях цифрового общества. Уметь: проектировать и оценивать с помощью основ общей психологии программы психологической интервенции с целью коррекции, развития, образования населения в условиях цифрового общества.
		Применяет методы дистанционной психологической работы с целью развития, образования и коррекции развития детей, подростков, взрослых, направленные на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, профессиональных рисков в различных видах деятельности	Знать: основные программы, технологии и методики дистанционной психологической работы с целью коррекции, развития, образования населения в условиях цифрового общества. Уметь: разрабатывать и применять программы и технологии дистанционной психологической работы с целью коррекции, развития, образования населения в условиях цифрового общества.



3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Психология цифрового маркетинга» относится к «Модулю "Психология цифрового общества"».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа – Аудиторные занятия	34	34
<i>Лекции</i>	<i>16</i>	<i>16</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>18</i>	<i>18</i>
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>74</i>	<i>74</i>
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет



5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Предмет, объект, задачи, принципы и методы психологии цифрового маркетинга

Различные подходы к изучению психологии маркетинга. Причины возникновения маркетинговой деятельности. Основные определения маркетинга. Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики. Практика организации цифрового маркетинга: международный и российский опыт. Потребность как психологическая основа маркетинга.

Тема 2. Основы цифрового маркетинга

Сущность и основные определения цифрового маркетинга. Интернет-маркетинг и электронный бизнес. Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет. Особенности цифрового маркетинга. Клиентоориентированный маркетинг как основа Digital-маркетинга.

Тема 3. Психологические основания цифрового маркетинга

Цифровой маркетинг как предмет исследования в психологии. Рассмотрение цифрового маркетинга как деятельности. Основные проблемы цифрового маркетинга: проблема управления процессом рыночного хозяйства, проблема сбыта товара, проблема потребителя, проблема методы маркетинговых исследований. Поведение потребителя как наука. Применение различных концепций личности к цифровому маркетингу (психоаналитический подход, неофрейдистский психоанализ, теория «Я», бихевиористический подход, теория черт).

Тема 4. Психологические особенности маркетингового анализа

Проблема выделения уровней в комплексном анализе ситуации. Возможные критерии сегментирования (географические, демографические, социально-экономические, психографические и др.). Концепция «стимул-организм-реакция». Конкуренты и другие партнеры по рынку: психологические аспекты взаимодействия. Мотивационный менеджмент как практическая возможность управления маркетингом на основе анализа и оценки ситуации.

Тема 5. Психология потребителя цифрового маркетинга



Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей (личностные, культурные, социальные, психологические). Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение. Модель покупательского поведения Ф. Котлера. Модель покупательского поведения Ж. Кролара. Модель формирования отношения к товару А. Андриансена. Модель Ф. Никосиа. Анализ поведения потребителей. Направления изучения потребителей. Отношение и методы его изучения. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей. Изучение намерений потребителей. Психологические основы принятия решения о покупке. Изучение поведения потребителей при покупке и после нее. Понятие психографики и психометрии. Психографические исследования. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка на основе психографических типов. Изменение стиля жизни потребителей (методики VALS1 и VALS2).

Тема 6. Ценовые стратегии и их психологическое восприятие

Определение цены. Этапы ценообразования. Стратегии ценообразования. Цели и задачи ценообразования. Психологическое восприятие новых стратегий. Система скидок как психологический инструмент ценовой политики организации.

Тема 7. Психологические особенности маркетинговых коммуникаций

Виды маркетинговых коммуникаций. Субъекты маркетинговых коммуникаций. Модели коммуникаций. Этапы разработки эффективной коммуникации. Определение желаемой «обратной связи». Выбор средств распространения информации. Психологические особенности восприятия. Понятия и виды психологического влияния. Управление вниманием. Психологические особенности взаимодействия в коллективе; закономерности межличностных отношений; психологические приемы влияния на партнера.

Тема 8. Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга

Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Показатели эффективности Интернет-рекламы. Виды рисков в цифровом маркетинге. Методы управления рисками в цифровом маркетинге.



5.2. Учебно – тематический план

Очная форма обучения

п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Предмет, объект, задачи, принципы и методы психологии цифрового маркетинга	14	4	2	2	10
2	Основы цифрового маркетинга	13	4	2	2	9
3	Психологические основания цифрового маркетинга	13	4	2	2	9
4	Психологические особенности маркетингового анализа	13	4	2	2	9
5	Психология потребителя цифрового маркетинга	13	4	2	2	9
6	Ценовые стратегии и их психологическое восприятие	13	4	2	2	9
7	Психологические особенности маркетинговых коммуникаций	13	4	2	2	9



п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
8	Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга	16	6	2	4	10
В целом по дисциплине		108	34	16	18	74



5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Предмет, объект, задачи, принципы и методы психологии цифрового маркетинга	1. Различные подходы к изучению психологии маркетинга. 2. Задача, принципы и методы психологии цифрового маркетинга. 3. Соотнесение базовых понятий цифрового маркетинга. 4. Потребность как психологическая основа цифрового маркетинга.	Семинарское занятие. ознакомление студентов со спецификой работы с учебной, методической и научной литературой по дисциплине. Дискуссия по теме и опрос.
Основы цифрового маркетинга	1. Сущность и основные определения цифрового маркетинга. 2. Интернет-маркетинг и электронной бизнес. 3. Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов 4. Клиентоориентированный маркетинг как основа цифрового маркетинга	Семинарское занятие. Работа в малых группах. Ответы на вопросы. Тест.
Психологические основания цифрового маркетинга	1. Психология и цифровой маркетинг. 2. Психоаналитический подход к цифровому маркетингу. 3. Неофрейдистский психоанализ. 4. Бихевиористический подход и теория черт.	Семинарское занятие. Дискуссия по теме и опрос. Работа с кейсами.
Психологические особенности маркетингового	1. Концепция «стимул – организация-реакция».	Семинарское занятие. Дискуссия по теме и тест. Решение ситуационных задач.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
анализа	2. Конкуренты и другие партнеры по рынку: психологические аспекты взаимодействия. 3. Мотивационный менеджмент как практическая возможность управления цифровым маркетингом.	Ответы на вопросы.
Психология потребителя цифрового маркетинга	1. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей (личностные, культурные, социальные, психологические). 2. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение. 3. Изучение намерений потребителей. 4. Изучение поведения потребителей при покупке и после нее. 5. Понятие психографики и психометрии. 6. Психографические исследования.	Семинарское занятие: Дискуссия по теме и опрос. Работа в малых группах. Ответы на вопросы.
Ценовые стратегии и их психологическое восприятие	1. Цели и задачи ценообразования 2. Психологическое восприятие новых стратегий. 3. Система скидок как психологический инструмент ценовой политики организации.	Семинарское занятие: Дискуссия по теме и опрос. Решение ситуационных задач. Ответы на вопросы.
Психологические особенности маркетинговых коммуникаций	1. Этапы разработки эффективной коммуникации.	Семинарское занятие: Дискуссия по теме и опрос. Работа в малых группах. Ответы на вопросы.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
	2. Определение желаемой «обратной связи». 3. Выбор средств распространения информации. 4. Психологические особенности восприятия. 5. Понятия и виды психологического влияния. 6. Управление вниманием. 7. Психологические особенности взаимодействия.	
Оценка эффективности инструментов цифрового маркетинга	1. Показатели эффективности цифрового маркетинга. 2. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности цифрового маркетинга. 3. Показатели эффективности интернет-рекламы.	Семинарское занятие: Дискуссия по теме и опрос. Решение ситуационных задач. Ответы на вопросы.



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Предмет, объект, задачи, принципы и методы психологии цифрового маркетинга	1. Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономике. 2. Практика организацией цифрового маркетинга: международный и российской опыт. 3. Потребность как психологическая основа маркетинга.	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Подготовить презентацию с примерами функций рекламы.
Основы цифрового маркетинга	1. Эволюция маркетинга: основные концепции. 2. Эволюция цифрового мира и цифровизация управления в компании, управление опытом клиента. 3. Диджитализация экономики. 4. Особенности цифрового маркетинга.	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Тестирование по теме. Подготовка к контрольной работе.
Психологические основания цифрового маркетинга	1. Цифровой маркетинг как предмет исследования в психологии. 2. Основные проблемы цифрового маркетинга. 3. Применение концепций личности к цифровому маркетингу. 4. Поведение потребителя как наука.	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Подготовить презентацию с примерами.
Психологические особенности маркетингового анализа	1. Основные направления исследования в цифровом маркетинге. 2. Основные методы исследований. 3. Психографические инструменты исследования.	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Тестирование по теме. Подготовить презентацию с примерами процесса восприятия рекламы.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
	4. Психологические возможности семантического дифференцирования.	
Психология потребителя цифрового маркетинга	1. Изучение стиля жизни потребителя и сегментирование рынка на основе психографических типов 2. Изменение стиля жизни потребителей 3. Психологические основы решения о покупке 4. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Подготовить презентацию с примерами Подготовка к контрольной работе.
Ценовые стратегии и их психологическое восприятие	1. Психологическое восприятие стратегий. 2. Психологические инструменты ценовой политики. 3. Методы воздействия на потребителя. 4. Методы стимулирования конечных потребителей. 5. Психологический анализ эффективности мероприятий.	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Тестирование по теме. Подготовить презентацию с примерами.
Психологические особенности маркетинговых коммуникаций	1. Субъекты маркетинговых коммуникаций. 2. Психологические особенности восприятия. 3. Понятия и виды психологического влияния. 4. Управление вниманием. 5. Психологические особенности взаимодействия в коллективе.	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Подготовить презентацию с примерами Подготовка к контрольной работе.
Оценка эффективности инструментов цифрового	1. Виды рисков в цифровом маркетинге. 2. Методы управления рисками в цифровом маркетинге	Работа с конспектом, с учебной литературой. Выполнение домашнего задания. Тестирование по теме.



Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
маркетинга	3. Инструменты для мониторинга действий пользователей на сайте и сбора статистики. 4. Маркетинговый аудит и поиск точек роста в цифровой среде.	Подготовить презентацию с примерами.



6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Задания и вопросы для контрольной работы

1. Выделите основные подходы к изучению психологии цифрового маркетинга.
2. Обоснуйте основные направления психологии цифрового маркетинга.
3. Охарактеризуйте базовые понятия психологии цифрового маркетинга.
4. Приведите примеры практического опыта цифрового маркетинга: международный и российский опыт.
5. Рассмотрите понятие потребности как психологической основы цифрового маркетинга.
6. Проанализируйте и выделите концепции развития маркетинга.
7. Приведите примеры цифровизации управления в компании, а также примеры управления опытом клиента.
8. Диджитализация экономики основные особенности.
9. Рассмотрите основные особенности цифрового маркетинга, выделите преимущества и недостатки.
10. Опишите психоаналитический подход к цифровому маркетингу.
11. В чем суть бихевиористического подхода, приведите примеры.
12. В чем разница между психографическими и демографическими данными?
13. Разработать форму психосемантического дифференциала для типичных потребителей двух товаров-конкурентов. Охарактеризовать выборку исследования. Продумать инструкцию. Оформить материал в виде бланка.
14. Провести метод свободных ассоциаций в рамках экспериментального исследования по рекламозависимости и в рамках маркетингового исследования по восприятию цветовой гаммы логотипов конкурирующих марок (логотипы сотовой связи, логотипы туристических фирм, логотипы банков и др.)
15. Провести рисуночные методы для исследования восприятия рекламы товаров-конкурентов или услуг (например, реклама двух салонов красоты, двух автомобилей и т. д.) у одного испытуемого.
16. Социально-психологическое окружение и его влияние на покупательский опыт.
17. Проанализируйте поведение потребителей в процессе принятия решения о покупке в разных ситуациях. Пройдите мысленно все этапы процесса принятия решения о покупке в случаях:
 - а) приобретения канцелярских товаров;
 - б) домашнего кинотеатра;
 - в) молочных продуктов;



г) автомобиля.

Определите совпадения и отличия в процедуре принятия решения о покупке в предложенных случаях.

Представьте в виде схемы усилия потребителя в процессе принятия решения о покупке данных товаров. Оцените степень сложности решений потребителей.

18. Необходимо разработать программу мотивации потребителей услуг на примере конкретной компании.

19. GAP-анализ («модель расхождений») оценки качества услуг. Теория Дыр в маркетинге услуг. Образ личности, представляющей товар или услугу потребителю. От чего зависит степень удовлетворённости потребителя?

20. Используя все уровни пирамиды А. Маслоу, постройте цепочку: ощущения – желания – потребности – цель. Покажите реальные способы их удовлетворения на конкретных товарах. Опишите образы предполагаемых потребителей этих товаров.

21. Составьте опросник, который помог бы вам выявить потребителей и требования, которые они будут предъявлять к товару (для работы выберите конкретный пример): отрицателей моды, равнодушных, расчетливых, практично-модных, провинциалов в моде, лидеров в моде. Опробуйте опросник на других подгруппах.

22. Укажите характерные особенности произвольного и непроизвольного внимания.

23. Какие приемы можно использовать для перевода непроизвольного внимания к рекламному сообщению в произвольное (для закрепления интереса к рекламе)?

24. Какие виды «ай-стопперов» («ловушек для глаз») вы знаете?

25. Как различаются средства логического и психологического убеждения в рекламе?

26. Проведите небольшое исследование на примере конкретных компаний и их товаров, чтобы определить, какие темы интересны для целевой аудитории больше всего, и создайте презентацию, которая стоит их времени.

Вопросы и задания для текущего контроля

1. Что такое маркетинг?

2. Что такое цифровой маркетинг?

3. Назовите инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики.

4. Сравните международный и российский опыт организации цифрового маркетинга.

5. В чем заключаются особенности цифрового маркетинга?



6. Что такое клиентоориентированный маркетинг?

7. Что является психологическими основаниями цифрового маркетинга?

8. Каковы основные проблемы цифрового маркетинга?

9. Примените различные концепции личности (психоаналитический подход, неофрейдистский психоанализ, теория «Я», бихевиористический подход, теория черт) к цифровому маркетингу. В чем сходство и различия подходов? Каковы возможности и ограничения подходов?

10. Каковы психологические аспекты взаимодействия конкурентов на рынке?

Дополнительная информация

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Кафедры психологии и развития человеческого капитала.



7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ОПК-4. Способен использовать основные формы психологической помощи для решения конкретной проблемы отдельных лиц, групп населения и (или) организаций,	Демонстрирует знания основных теорий и концепций психического и личностного развития на разных ступенях жизненного цикла (от пренатального периода, возраста новорожденности до зрелости, старения и старости) с учетом объективных и субъек-	Знать: базовые теории и концепции психического и личностного развития, в соответствии с фазами жизненного цикла с учетом воздействующих факторов на человека. Уметь: пользоваться учебной и специальной литературой для выявления воздей-	1. Взаимосвязь психических процессов, свойств и состояний в общей структуре личности. 2. Чем обусловлено возрастание роли и значения психологических знаний и исследований в современных условиях? 3. Какие методы психологии применены в следующих примерах? А. Человек помещается в изолированную кабину, в специальном шлеме укрепляются приборы, с помощью которых исследуются биотоки мозга под действием различных раздражителей или состояний организма (бодрствование, сон). Испытуемый перед проведением опыта получает соответствующую инструкцию. Все получаемые показатели фиксируются точной аппаратурой. Б. На основании детских рисунков психолог устанавливает особенности восприятия детьми предметов; тщательно анализируя письменные работы школьников и сопоставляя данные с результатами других экспериментов, исследователь делает выводы об особенностях индивидуального стиля старшеклассников. В. Для изучения эмо-



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
в том числе лицам с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования	тивных факторов, содействующих или препятствующих прогрессивному развитию и реализации потенциалов человека	ствующих факторов и разработки программ помощи развития и реализации потенциала человека с учетом психологии различий между индивидами.	ционального состояния испытуемому предъявляют «страшные» картинки и регистрируют при этом изменения в сопротивлении кожи электрическому току. Г. Изучаются индивидуальные особенности ритмических движений детей. Проводится весёлая игра - «Танец кукол». Всё идёт хорошо, пока группа участвует в общем танце. Дети уверенно двигаются по кругу, делают незамысловатые па. Но вот руководительница предлагает Ларисе выйти на середину круга и танцевать там. Девочка отказывается. Таня, хотя и не отказывается от предложения руководительницы, но, выйдя на середину круга, стоит, растерянно смотрит по сторонам и начинает танцевать лишь с помощью воспитательницы. Только Галя (самая бойкая девочка в группе) начинает танцевать сразу, но её движения неуверенные, чувствуется скованность. Д. Для изучения индивидуальных особенностей памяти испытуемые заучивают 10 иностранных слов. Протоколист записывает, сколько слов запоминает каждый испытуемый после каждого повторения и сколько требуется повторений, чтобы запомнить все десять слов. (По В. С. Мерлину.)
	Владеет системой научных понятий, касающихся специфики психического функционирования человека с учётом особенностей возрастных	Знать: базовые понятия и грамотно применять научную терминологию общей психологии с учетом цифровизации общества.	1.Опишите конкретные жизненные и профессиональные ситуации, в которых необходимы психологические знания и умения. 2.Выделите основные особенности психики на разных возрастных этапах. В каких примерах проявляются умения, навыки, привычки? А. В цехе работает мостовой кран. В кабине крановщика три рычага: один - поднимает и опускает груз, другой - продвигает кран поперёк цеха, третий перемещает мост крана вдоль оси. Работая всеми рычагами, крановщик перемещает груз по трём осям так, что груз движется по



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	этапов, кризисов развития и факторов риска, его принадлежности к гендерной, этнической, профессиональной и другим социальным группам	Уметь: грамотно работать и провести исследование для получения новых знаний с учётом особенностей возрастных этапов, кризисов развития и факторов риска, и принадлежности индивида к разным группам.	прямой линии. Б. неопытный крановщик передвигает груз по каждой оси, работая по очереди каждым рычагом. Груз движется как бы скачками и по ломаной линии: пойдёт, остановится, затем пойдёт в другом направлении. В. Когда начинающий спортсмен учится перезаряжать винтовку, он нередко шепчет: «Раз - повернуть налево, два - потянуть к себе, три - толкнуть от себя, четыре - повернуть направо». Г. Переходя улицу с односторонним движением и посмотрев налево, навстречу движущемуся транспорту, вы, дойдя до середины, почувствуете потребность посмотреть направо, хотя и знаете, что транспорт оттуда не может идти. (По Платонову К.К.) Д. В первое время ученик думает над тем, ставить или не ставить запятую в предложении. Для этого он вспоминает правила пунктуации, выбирает из них подходящие данному случаю. Он затрудняется сразу определить, нужно или не нужно ставить запятую в предложении. Е. По мере обучения ученик быстро, не тратя времени на определение типа предложения, безошибочно ставит знаки препинания. (По В. С. Мерлину.)
	Применяет знание о фундаментальных психологических механизмах и закономерностях происхождения, развития и функционирования психики человека,	Знать: базовые и фундаментальные понятия психики человека, грамотно применять механизмы диагностики для решения практических задач консультирования	1. Раскройте особенности цифрового маркетинга при исследовании и диагностики психики человека для формирования коррекционных программ. 2. Распишите основные этапы диагностической работы для решения практических задач консультирования. Ознакомьтесь с методикой Р. Кэттелла и определите степень ригидности-пластичности своей психики. Инструкция: Предлагается написать одно и то же предложение «В поле уже выпал снег.» (17 букв и точка – всего 18 знаков) в разных вариантах. Вариант 1. Необходимо за 30 секунд написать обычным письмом как можно больше раз предложе-



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	сознания, самосознания и личности для решения практических задач консультирования, коррекции, развития отдельных лиц, групп населения и организаций, в том числе лицам с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования	ния, коррекции, развития отдельных лиц, групп населения и организаций, в том числе лицам с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования Уметь: выбирать диагностические методы и составлять диагностические карты для решения практических задач консультирования, используя знания основ общей психологии.	ние «В поле уже выпал снег.» Подсчитайте количество знаков. Вариант 2. Это же предложение необходимо за 30 секунд написать печатными буквами. Подсчитайте количество знаков. Вариант 3. Теперь необходимо написать то же предложение за 30 секунд, меняя буквы: первая – печатная, вторая – прописная. Подсчитайте количество знаков. Вариант 4. Теперь пишем это же предложение в течение 30 секунд, удваивая каждую букву. Подсчитайте количество знаков. Обработка результатов Посчитайте количество знаков, написанных обычным письмом. Посчитайте общее количество знаков: печатных, печатных и прописных, удвоенных и разделите на 3. Уровень пластичности психики можно определить, разделив последний показатель на количество знаков, написанных обычным письмом. Чем ближе показатель к единице, тем выше пластичность психической деятельности: 0,4 - 0,5 – низкий уровень, 0,5- 0,6 – средний уровень, 0,6 – 0,7 – высокий уровень, 0,7 и более – очень высокий уровень.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	Использует эффективные методы психологического сопровождения и оптимизации показателей развития на всех этапах онтогенеза и жизненного пути человека, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья и при организации инклюзивного образования	Знать: основные методы психологического сопровождения и оптимизации показателей развития индивида на разных фазах жизненного цикла. Уметь: выбирать эффективные методы социальной психологии и общей психологии для анализа показателей развития.	1. Охарактеризуйте понятие и методы психологического сопровождения. 2. Опишите особенности показателей оптимизации развития индивида на разных стадиях жизненного цикла. Мальчика 9 лет привели к психологу с жалобами на рассеянное внимание, «уплывание» на уроках и при выполнении домашних заданий, также присутствие невротических реакций – тики. В школе ребенок не может постоять за себя, его обижают и обзывают, но дома мальчик часто дерется со своим братом 7 лет. По ночам плохо засыпает, часто снятся кошмары. Уровень интеллекта ребенка выше среднего, у него хорошо развита фантазия, он занимается авиамоделированием и много читает. Родители много работают, и основное время ребенок проводит с бабушкой и дедушкой, которые с увлечением занимаются воспитанием внуков. Ребенок хорошо ладит с ними и всегда послушен, так как боится, что иначе дедушка попадет в больницу, а их с братом отправят в группу продленного дня. Ответьте на вопросы: 1. В чем проблема ребенка? 2. Каким образом объясните родителям проблему и предполагаемое содержание работы с ребенком? В чем может быть их помощь? 3. Предположите о длительности и регулярности встреч? Каковы ожидаемые результаты и их критерии?
	Демонстрирует знание базовых методов, технологий и форм психологической помощи, анализируя	Знать: основные и базовые понятия психологической помощи на основе анализа практической	В чем основные особенности психологической помощи в практической деятельности психолога? 2. Раскройте основные технологии психологической помощи. 3. Проанализируйте приведенные ниже пословицы и поговорки о детях. Какие закономерности психического развития описываются в них? Докажите правомерность (или



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	особенностей деятельности практических психологов по сопровождению развития человека как индивида, личности, субъекта деятельности	деятельности психологов по сопровождению развития индивида. Уметь: анализировать процессы деятельности практических психологов для выбора методов, технологий и форм психологической помощи.	ошибочность) такого понимания психического развития ребенка, которое содержится в этих пословицах и поговорках. -Кто к чему родится, тот к тому и пригодится. -Из одной клетки, да не ровны детки. -Маленькая собачка лает - от большой слышит. -Подле чертенка не выкормишь теленка. -Кто собой не управит, тот и другого на разум не наставит. -Учись, пока хрящи не срослись. -Детей наказывают стыдом, а не грозой и бичом. -Яблоко от яблони недалеко падает.
	Использует основные методы, технологии и формы психологической помощи для решения конкретной проблемы отдельных лиц, групп населения и (или) организаций, в том числе лиц с	Знать: базовые методы, технологии и формы психологической помощи для решения конкретной проблемы индивида. Уметь: анализировать и подбирать необходимые методы,	Охарактеризует формы психологической помощи в решении конкретной проблемы индивида. 2.Опишите основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. 3. Ситуация 1: посетитель думает, оставлять ли свой лид (контакты) в регистрационной форме на лендинге. Способ решения этой ситуации с позиции эффекта отражения: сосредоточить внимание клиента на выгодах УТП. Механизм действия эффекта отражения: желание получить перечисленные выгоды подавляет склонность к риску их неполучения в случае отказа от заполнения лид-формы.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
	ограниченными возможностями здоровья	технологии и формы психологической помощи для решения конкретной проблемы индивида.	Ситуация 2: человек думает, стоит ли ему отписаться от оформленной ранее рассылки. Способ решения этой ситуации с позиции эффекта отражения: сосредоточить внимания на том, что он потеряет, отписавшись от рассылки (на практике это могут быть не только элементы УТП, но и бонусы, а также специальные предложения). Механизм действия эффекта отражения: страх понести ущерб в виде упущенных выгод, подавляет склонность к потенциальному риску.
	Прогнозирует изменения и динамику уровня психического и личностного развития в норме и при психических отклонениях с целью гармонизации психического функционирования человека	Знать: основные методики прогнозирования и оценки развития индивида. Уметь: использовать диагностические методики прогнозирования уровня психического и личностного развития индивида с целью гармонизации психического функционирования.	Охарактеризуйте модель психологической компетентности педагога, какие компоненты данной модели помогут выбрать методы прогнозирования и оценки развития индивида. 2. Выделите основные требования к программе психодиагностического обследования. 3. Кейс-задание. Проведена психометрическая проверка методики К. Томаса «Стратегии поведения в конфликтных ситуациях». Автор рассматривал «стратегию поведения» как ориентацию личности (группы) по отношению к конфликту, установку на определенные формы поведения в ситуации конфликта. По сходному теоретическому конструкту для сопоставления данных выбраны методики: А. Казанцев, В. Подлесных, Л. Серова «Стратегии поведения в конфликтных ситуациях» и Дж. Г. Скотт «Оценка стратегий поведения в конфликте». Получены следующие результаты: - показатели моды и медианы совпадают; - значения коэффициента Колмогорова – Смирнова статистически не значимы; - коэффициент альфа Кронбаха равен 0.077; - коэффициент надежности при расщеплении теста попо-



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
			лам равен 0,026; - вопросы достаточно прямые; - значимых корреляций между шкалами методик обнаружено не было. Интерпретируйте показатели. Напишите текст-рекомендацию по использованию методики К. Томаса для диагностики ведущих стратегий поведения в конфликтных ситуациях в психологических исследованиях (не менее 100 слов).
ПКП-5. Способен разрабатывать и реализовывать коррекционные, образовательные и развивающие программы с использованием информационных технологий и среды виртуальной реальности	Демонстрирует знание основных концепций и программ развития, образования и коррекции развития детей, подростков, взрослых, а также возможности и ограничения их применения в условиях современного цифрового общества	Знать: базовые понятия психологии развития, социальной психологии, психологии личности и грамотно выстраивать программы взаимодействия в условиях современного цифрового общества. Уметь: анализировать процессы, происходящие с индивидами в условиях современного цифрового общества для	1. Охарактеризуйте концепции развития, образования и коррекции развития населения. 2. Опишите программы развития, образования и коррекции, выделите особенности. 3. Цена прекрасно поддается сплит-тестированию, так что не нужно гадать: протестируйте целевую аудиторию и поймите, где находится ее зона комфорта. Для исследования выберите конкретные товары (стиральный порошок, чай, кофе, канцелярские товары и т.д.)



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		корректировки программ и концепций.	
	Проектирует и оценивает программы психологической интервенции с целью коррекции, развития, образования детей, подростков, взрослых, направленные на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, профессиональных рисков в различных видах деятельности, используя информационные ресурсы и среду виртуальной реальности	Знать: методы и технологии проектирования программ психологической интервенции с целью коррекции, развития, образования населения в условиях цифрового общества. Уметь: проектировать и оценивать с помощью основ общей психологии программы психологической интервенции с целью коррекции, развития, образования населения в	1. Раскройте понятие проектирования программ психологической интервенции для коррекции развития. 2. Дайте характеристику технологий проектирования программ психологической интервенции. 3. Спроектируйте занятие по коррекции девиантного поведения. Тип отклонений в поведении выбираете самостоятельно (гиперактивное, агрессивное, тревожное, демонстративное, инфантильное и пр.). Обоснуйте выбор предложенных вами заданий.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		условиях цифрового общества.	
	Применяет методы дистанционной психологической работы с целью развития, образования и коррекции развития детей, подростков, взрослых, направленные на предупреждение отклонений в социальном и личностном статусе и развитии, профессиональных рисков в различных видах деятельности	Знать: основные программы, технологии и методики дистанционной психологической работы с целью коррекции, развития, образования населения в условиях цифрового общества. Уметь: разрабатывать и применять программы и технологии дистанционной психологической работы с целью коррекции, развития, образования населения в	1.Опишите основные методы и специфику дистанционной психологической работы с целью коррекции развития индивида. 2. Выделите особенности дистанционной психологической работы 3. Выберите технологию и разработайте программу проведения дистанционной психологической работы с целью образования по теме «психологическая грамотность» населения в условиях цифрового общества, все этапы распишите подробно.



Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
		условиях цифрового общества.	



Примеры практико-ориентированных заданий

Примеры вопросов для подготовки к промежуточной аттестации

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Различные подходы к изучению психологии маркетинга.
2. Интернет-маркетинг, цифровые инструменты интерактивный маркетинг.
3. Практика организации цифрового маркетинга.
4. Потребность как психологическая основа цифрового маркетинга.
5. Основные проблемы цифрового маркетинга.
6. Психоаналитический подход к цифровому маркетингу.
7. Неофрейдистский психоанализ применительно к цифровому маркетингу.
8. Бихевиористический подход к цифровому маркетингу.
9. Концепция «стимул-организм-реакция».
10. Конкуренты и другие партнеры по рынку: психологические аспекты взаимодействия.
11. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей (личностные, культурные, социальные, психологические).
12. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.
13. Модель покупательского поведения Ф. Котлера. Модель покупательского поведения Ж. Кроллара.
14. Модель формирования отношения к товару А. Андриансена. Модель Ф. Никосиа.
15. Анализ поведения потребителей и направления изучения потребителей.
16. Основные методы изучения поведения потребителей.
17. Изучение уровня удовлетворения запросов потребителей.
18. Психологические основы принятия решения о покупке.
19. Изучение поведения потребителей при покупке и после нее.
20. Понятие психографики и психометрии. Психографические исследования.
21. Изучение стиля жизни потребителей и сегментирование рынка на основе психографических типов.
22. Изменение стиля жизни потребителей (методики VALS1 и VALS2).
23. Психологическое восприятие новых стратегий.
24. Система скидок как психологический инструмент ценовой политики организации.
25. Психологические особенности восприятия. Понятия и виды психологического влияния.
26. Психологические особенности взаимодействия в коллективе.



- 27. Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами.
- 28. Показатели эффективности Интернет-рекламы.
- 29. Психологические возможности семантического дифференцирования в маркетинговых исследованиях.
- 30. Мультиканальный и омниканальный маркетинг: понятие, принципы и модели организации.





8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: учебник / М. А. Измайлова. - 4-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 442 с – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093523> (дата обращения: 14.04.2021). – Текст: электронный.

2. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова, О.А. Артемьева, Д.А. Жильцов [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115> (дата обращения: 14.04.2021). - Текст: электронный.

Дополнительная литература:

1. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 367 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468965> (дата обращения: 14.04.2021). — Текст: электронный.

2. Лебедев-Любимов, А. Н. Психология для экономистов: учебник и практикум для вузов / А. Н. Лебедев-Любимов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 328 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/450257> (дата обращения: 14.04.2021). — Текст: электронный.

3. Музыкант, В. Л. Психология и социология в рекламе: учеб. пособие / В.Л. Музыкант. - Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2018. — 218 с. — (Высшее образование: Бакалавриат. Азбука рекламы). — <https://doi.org/10.12737/8183>. – ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/969581> (дата обращения: 14.04.2021). – Текст: электронный.

4. Рожков И.В. Информационные системы и технологии в маркетинге: монография / И.В. Рожков; Финуниверситет - Москва: Русайнс, 2020. - 196 с. - Текст: непосредственный. - То же. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/934671> (дата обращения: 14.04.2020). — Текст: электронный.

5. Ступницкий, В. П. Психология: учебник для бакалавров / В. П. Ступницкий, О. И. Щербакова, В. Е. Степанов. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 516 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL:



<https://znanium.com/catalog/product/1092990> (дата обращения: 14.04.2021). – Текст: электронный.

Нормативные правовые акты:

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
(<http://library.fa.ru/files/elibfa.pdf>)
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
3. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН"
<http://biblioclub.ru/>
4. • Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
5. • Электронно-библиотечная система издательства Проспект
<http://ebs.prospekt.org/books>
6. • Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
7. • Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
8. • Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
9. • Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
10. • Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
11. • Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>



10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Рекомендации по освоению дисциплины приведены в «Методических рекомендациях по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» (Приказ ректора № 1040_о от 11.05.2021) и в данной рабочей программе дисциплины.

Семинар – форма систематических учебно-теоретических занятий, с помощью которых обучающиеся изучают тот или иной раздел определенной научной дисциплины, входящей в состав учебного плана.

При подготовке к семинарским занятиям следует использовать основную литературу из представленного списка, а также руководствоваться приведенными указаниями и рекомендациями. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке. На семинарских занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий. Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю. Семинарские занятия могут проводиться в форме беседы со всеми студентами группы или с отдельными студентами. Этот вид семинара называется коллоквиумом (собеседование). Коллоквиумы проводятся по конкретным вопросам дисциплины. От семинара коллоквиум отличается, в первую очередь тем, что во время этого занятия могут быть опрошены все студенты или значительная часть студентов группы. В ходе коллоквиума выясняется степень усвоения студентами понятий и терминов по важнейшим темам, умение студентов применять полученные знания для решения конкретных практических задач. Как правило, коллоквиумы проводятся по темам, по которым не запланированы семинарские занятия. Для подготовки к коллоквиуму студенты заранее получают у преподавателя задание. В процессе подготовки изучают рекомендованные преподавателем источники литературы, а также самостоятельно



осуществляют поиск релевантной информации, а также могут собрать практический материал. Коллоквиум может проходить также в форме ответов студентов на вопросы билета, обсуждения сообщений студентов, форму выбирает преподаватель.



11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Kaspersky
2. Astra Linux
3. Libre Office

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.