

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Панарин Андрей Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 01.06.2024 10:51:51  
Уникальный программный ключ:  
a5da3d9896e9d535380e3f9a7da4832154ef8302



Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования  
**«Московский психолого-социальный университет»**  
Лицензия № 1473 от 28 мая 2015 г., серия 90Л01 № 0008476 (бессрочная)  
Удостоверение государственной аккредитации № 2783 от 07 марта 2018 года, серия 90А01 №0002920 (до 07 марта 2024 года)

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор  
Замолоцких Е.Г.  
«29» января 2024 г.

**Факультет психологии**  
Кафедра организационной психологии и психологии труда

**Рабочая программа учебной дисциплины**

**Психология потребителя**  
Направление подготовки  
37.03.01 Психология

Направленность (профиль) программы  
«Психология управления»

Квалификация (степень) выпускника:  
Бакалавр

Форма обучения:

Очная, очно-заочная

Составитель программы:

Небродовская-Мазур Е.Ю., зав. кафедрой организационной психологии и психологии  
труда

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Психология потребителя» являются формирование у обучающихся практических умений и навыков в выявлении закономерностей в психологии потребительского поведения; изучение методов управления поведением потребителя в современных условиях развития нестабильной внешней среды.

Задачами дисциплины выступают: рассмотрение современных теорий и тенденций в психологии современного потребителя товаров и услуг; изучение методов анализа потребительских рынков, их сегментированием, выделяя потребительские группы; изучение методов и средств исследования потребительской психологии; исследований мотивационных тенденций потребителей, их закономерностей в зависимости от личностных качеств потребителя, его статуса потребителя, культурной принадлежности; формирование практических навыков в проведении экономических и социологических исследований по изучению особенностей в психологии потребителей на национальном и региональном уровне.

## 2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина «Психология потребителя» относится к Блоку 1, обязательные «Дисциплины (модули)» вариативной части, индекс дисциплины Б1.В.05.

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

### 1. Психодиагностика и практикум по психодиагностике

*(наименование предыдущих дисциплин РУП)*

**Знания:** особенности и сферы применения основных психодиагностических методик, способы математико-статистической обработки их результатов; принципы и особенности методов психологической диагностики, основные тенденции и закономерности развития и функционирования различных психических процессов, свойств и состояний личности в норме и при психических отклонениях.

**Умения:** осуществлять отбор и применение психодиагностических методик, адекватных целям, ситуации и контингенту респондентов; подбирать методический инструментарий для диагностики различных психических свойств, процессов и состояний, в соответствии с поставленной профессиональной задачей и с целью гармонизации психического функционирования человека, прогнозировать изменения и динамику уровня развития и функционирования различных составляющих психики в норме и при психических отклонениях.

**Навыки:** основными приёмами диагностики, критериями выбора психодиагностических методик, способами их последующей математико-статистической обработки; навыками анализа изменений и динамики развития и функционирования различных составляющих психики, методами психологической диагностики уровня развития познавательной и мотивационно-волевой сферы, самосознания, психомоторики, способностей, характера, темперамента, функциональных состояний, личностных черт и акцентуаций в норме и при психических отклонениях.

### 2. Психология управления:

*(наименование предыдущих дисциплин РУП)*

**Знания:** основные методы работы с персоналом организации, теоретические основы оценки и оптимизации психологического климата организации; основные активные и

интерактивные психологические технологии и методы; современные теоретические концепции исследования личности, организационно-процессуальные принципы и особенности психодиагностики; основные закономерности и методы управленческих воздействий; основные источники и возможности появления ошибок и искажений, присущих методам исследования личности, пути и способы их недопущения.

**Умения:** составить программу по отбору кадров, оценке и оптимизации психологического климата организации; соотнести и выбрать оптимальные интерактивные методы и психологические технологии для реализации программ, направленных на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп; выделять социально-психологические проблемы в деятельности руководителя и осуществлять их анализ; ориентироваться в современных научных концепциях личности и группы, самостоятельно анализировать их методологические и теоретические основы в целях определения и выбора адекватных методов для конкретного психологического обследования; при планировании и проведении психологического изучения личности и группы соблюдать необходимые организационно-методические и морально-этические требования и нормы; учитывать влияние факторов, влияющих на вариативность эмпирических данных и их интерпретации;

**Навыки:** владения способами и методами оценки, отбора и подбора кадров, оптимизации кадрового состава и психологического климата организации; навыками реализации интерактивных методов, психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп; закономерностях и механизмах управления поведением и деятельностью людей, а также группами людей; оценкой степени применимости конкретной методики, выбора наиболее адекватных методик и комплектации психодиагностической батареи в зависимости от поставленной задачи и особенностей испытуемых; разработкой психологически обоснованных рекомендаций испытуемым лицам и руководителям групп.

3. Организационная психология:  
(наименование предыдущих дисциплин РВП)

**Знания:** особенности и сферу применения основных психодиагностических методик, способы математико-статистической обработки их результатов; основные подходы, методы и способы оказания психологической помощи и психологического воздействия на индивида, группу, сообщество; основные методы работы с персоналом организации, теоретические основы оценки и оптимизации психологического климата; основные активные и интерактивные психологические технологии и методы.

**Умения:** осуществлять отбор и применение психодиагностических методик, адекватных целям, ситуации и контингенту респондентов; профессионально воздействовать на индивида, группу, сообщество, с целью оказания психологической помощи в рамках профессиональной компетенции; составить программу по отбору кадров, оценке и оптимизации психологического климата организации; соотнести и выбрать оптимальные интерактивные методы и психологические технологии для реализации программ, направленных на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп;

**Навыки:** основными приёмами диагностики, критериями выбора психодиагностических методик, способами их последующей математико-статистической обработки; навыками осуществления стандартных процедур, реализации традиционных методов и технологий, направленных на оказание психологической помощи; способами и методами оценки, отбора и подбора кадров, оптимизации кадрового состава и психологического климата организации; навыками реализации интерактивных методов,

психологических технологий, ориентированных на личностный рост сотрудников и охрану здоровья индивидов и групп.

Наименования последующих учебных дисциплин:

**1. Психология профессионального отбора и профессиональной пригодности**

*(наименование последующих дисциплин РУП)*

**Знания:** основные отличительные особенности, специфику различных этнокультурных и конфессиональных групп; процедуру, стратегию, методологию и методику проведения стандартных прикладных психологических исследований; особенности развития, социализации, образовательной и профессиональной деятельности людей с ограниченными возможностями, в том числе и при различных заболеваниях;

**Умения:** основные отличительные особенности, специфику различных этнокультурных и конфессиональных групп; процедуру, стратегию, методологию и методику проведения стандартных прикладных психологических исследований; особенности развития, социализации, образовательной и профессиональной деятельности людей с ограниченными возможностями, в том числе и при различных заболеваниях;

**Навыки:** способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия; навыками организации исследования, приёмами и методами сбора эмпирической информации, способами обработки и интерпретации полученных результатов; навыками реализации базовых процедур анализа проблем человека, социализации индивида, профессиональной и образовательной деятельности, функционирования людей с ограниченными возможностями, с целью гармонизации их психического состояния.

**3. Психология организационного консультирования:**

*(наименование последующих дисциплин РУП)*

**Знания:** основных понятий организационного консультирования; теорий консультирования и типы консультирования.

**Умения:** применять на практике полученные знания; взаимодействовать с различными категориями сотрудников организации; использовать рекомендуемые методы и приемы для организации совместной и индивидуальной деятельности.

**Навыки:** владения конкретными методиками психологической диагностики; методами психодиагностического обследования сотрудников; терминологией по изучаемой дисциплине.

**3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

№ п/п	Индекс и содержание компетенции	Планируемые результаты
1	2	3
1	ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию	<p><b>Знать:</b> методы самоорганизации и самообразования для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p> <p><b>Уметь:</b> избирать методы самоорганизации и самообразования в профессиональной и социальной деятельности</p> <p><b>Владеть:</b> способностью эффективно применять на практике методы самоорганизации и</p>

		самообразования в социальной и профессиональной деятельности
2	ПК-8 – способность к проведению стандартного прикладного исследования в определенной области.	<p><b>Знать</b> критерии оценки валидности исследований, правила проведения стандартного прикладного исследования в определенной области психологии</p> <p><b>Уметь</b> планировать и проводить стандартное прикладное исследование в различных областях психологии</p> <p><b>Владеть</b> основными методами математического анализа, стандартных статистических пакетов для обработки данных, полученных при решении различных профессиональных задач</p>
3	ПК-12 – способность к просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества	<p><b>Знать:</b> основные способы изучения и воздействия на содержание массового сознания и культуру общества с целью повышения уровня психологической культуры населения</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать просветительскую деятельность среди населения, направленную на повышение уровня психологической культуры</p> <p><b>Владеть:</b> навыками реализации просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества в различных возрастных социальных группах</p>



**4.3 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)**

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	7	<p><b>Тема 1. Предмет и объект дисциплины «Психология потребителя»</b>  Предмет дисциплины «Психология потребителя». Понятие и сущность потребительского поведения. Генезис науки о поведении потребителя и его психологии. Зарубежные теории исследования поведения и психологии потребителя. Российский опыт изучения поведения потребителей в современной деловой практике. Психология потребителя как междисциплинарная область исследования. Потребитель и рынок. Типы потребностей и их удовлетворение. Взаимосвязь и взаимозависимость концепции маркетинга и поведения потребителя и его психологии. Маркетинговая ориентация организации – ориентация на потребителя</p> <p>Анализ факторов, определяющих поведение потребителей. Психологический портрет потребителя как компонента бизнес-стратегий организаций и предприятий. Основные психологические факторы, характеризующие поведение потребителей.</p> <p>Подходы к изучению человека как потенциального потребителя. Индивидуальные факторы, характеризующие психологию потребительского спроса</p>	4		4		10	18	
2	7	<p><b>Тема 2. Внешние факторы, влияющие на психологию потребителя.</b>  Процессы глобализации</p>	2		6		10	18	

		<p>экономик, маркетинговые коммуникации в процессе глобализации. Демография и процессы глобализации. Вариации культурных ценностей и их влияние на психологию потребителя. Роль психологии потребителя в формировании кросс-культурных стратегий. Вербальные и невербальные коммуникации. Влияние социальных факторов на потребительский выбор в процессе купли/продажи. Социальная стратификация. Понятие социального класса. Индекс человеческого развития. Группы покупателей и группы потребителей. Сегментирование потребительского рынка. Уровни и принципы сегментирования: социальные, географические, демографические, поведенческие, психологические. Стиль жизни как принцип сегментирования. Особенности решений о покупке в различных социальных классах. Социальные и психологические методы исследования потребителей.</p>						
3	7	<p><b>Тема 3. Внутренние факторы воздействия на психологию потребителей.</b>  Психологические факторы, влияющие на поведение потребителей: восприятие, обучение и память, мотивация и ценности. Восприятие, обработка и запоминание информации о товаре или услуге – основа потребительского решения. Общие свойства ощущений и восприятий. Восприятие товара, марки, цены. Воздействие восприятия на формирование маркетинговой стратегии. Внимание, способы привлечения внимания. Память, обучение и позиционирование продукта. Сущность и методы обучения потребителей, его основные характеристики. Стиль жизни и</p>	4	4	10	18	ТК-1	

		<p>ресурсы потребителя. Персональные ценности и теория жизненного стиля потребителя. Влияние воспитания на потребительское поведение. Семья и социализация потребителя. Семья и домашнее хозяйство. Семья как единица потребления. Факторы, влияющие на покупки семьи / домашнего хозяйства. Роли членов семьи в принятии решения о покупке. Гендерные модели потребления. Потребительская социализация. Изучение влияния семьи на поведение потребителей. Влияние культуры на психологию поведения потребителя. Факторы, формирующие культуру: образование, мораль, обычаи, вероисповедание. Общие черты различных культур. Понятие субкультура. Этническая, этическая, религиозная, возрастная субкультуры. Культура потребления, ее формирование, динамика развития. Высокая и массовая культура. Внедрение новых товаров / услуг на рынок и отношение к ним потребителей. Мода и поведение потребителей. Маркетинговые исследование особенностей культуры потребителей.</p>						
4	7	<p><b>Тема 4. Индивидуальное поведение потребителя и потребительская мотивация.</b>  Общие представления о мотивации. Теория мотивации МакКлелланда. Теория нужд (потребностей) А. Маслоу и их иерархия. Теория нужд (потребностей) А. Маслоу и процесс принятия решения о покупке. Теория А. Маслоу и маркетинговые стратегии организации. Роль мотивации в потребительском поведении. Структура потребительских мотивов. Типы потребностей и их удовлетворение. Методы</p>	2	6	10	18		

		<p>исследования мотивации, измерение личных ценностей. Теории личности, их применение в маркетинге. Личность потребителя. Психоаналитическая и социально-психологические теории личности. Когнитивный диссонанс как мотив. Бессознательная мотивация. Современные теории психологии потребительского поведения. Теории мотивации как модели управления потребительским поведением. Характеристика персонального профиля личности по Гордону (Gordon Personal Profile). Черты личности по Кеттеллу. Теория самоконцепции (Я-концепции) (self-concept) личности.</p>						
5	7	<p><b>Тема 5. Процесс принятия решения потребителями.</b>          Процесс принятия потребительского решения. Сущность и варианты ситуационного влияния. Этапы процесса потребительского решения и его типы. Сущность и варианты потребительского выбора. Типы ситуаций и факторы ситуационного влияния. Рациональность и эвристика в процессе принятия решений: рациональность и эвристика и их виды. Процесс принятия потребительских решений. Модели принятия потребительских решений. Процесс осознания потребности и маркетинговые решения. Информационный поиск, оценка и выбор альтернатив. Процесс оценки и выбора альтернатив. Оценочные критерии, правила решений. Маркетинговое применение правил решений. Намерения о покупке и типы покупок. Выбор источника и предмета покупки. Внутримагазинные факторы покупки. Постпокупочный диссонанс. Потребление, как</p>	2	6	10	18		

		процесс использования товара. Психологический фактор в оценке потребителем покупки (услуги).						
6	7	<p><b>Тема 6. Психология потребителей: организация и общество.</b></p> <p>Объективные и субъективные факторы психологии потребления. Сущность и масштаб организационных рынков. Организационное покупательское поведение. Особенности организационного покупательского поведения. Модель организационного покупательского поведения. Основные права потребителей. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Роль государства в защите прав потребителей. Основные положения закона о правах потребителя в США. Консюмеризм, этика и социальная политика.</p>	2	6	10	18	ТК-2	
ВСЕГО:			16	32	60	108	Экзамен	

#### 4.4 Лабораторные работы / практические занятия

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование лабораторных работ / практических занятий	Всего часов
1	2	3	4	5
1.	7	Тема 1. Психология потребителей: организация и общество	Использование в рекламе особенностей восприятия человеком целого и частей. Методика «Восприятие и наблюдательность»	4
2.	7	Тема 2. Внешние факторы, влияющие на психологию потребителя	Изучение бессознательных параметров потребителя: «Тест свободных ассоциаций», «Ассоциативный тест», «Насколько вы удовлетворены жизнью»	6

3.	7	Тема 3. Внутренние факторы воздействия на психологию потребителей	Изучение стиля жизни и стремления к превосходству потребителя в рамках теории А. Адлера	4
4.	7	Тема 4. Индивидуальное поведение потребителя и потребительская мотивация.	Роль феминизма в развитии рекламы, позиционированной на женщин Гендерные аспекты потребителя: Психодиагностическая методика С. БЭМ «Методика половой идентификации»	6
5.	7	Тема 5. Процесс принятия решения потребителями	Использование в рекламе особенностей подростковой стадии психосоциального развития человека (Эго-психология Э. Эриксона) Психодиагностические методики склонности личности к девиантному поведению и агрессивности (Ассингера и Басса-Дарки)	6
6.	7	Тема 6. Психология потребителей: организация и общество.	Экстраверт и интроверт: использование в рекламе темперамента и особенностей характера. («Психологические типы» К. Юнг, Г. Айзенк)	6
ВСЕГО:				32

#### 4.5 Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовая работа учебным планом не предусмотрена.

### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Изучение дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекционные занятия имеют цель: дать систематизированные основы научных знаний по дисциплине; сконцентрировать внимание обучающихся на наиболее сложных ключевых проблемах. Практические занятия организованы с использованием активных и интерактивных образовательных технологий (учебных форм):

- дискуссия - форма учебной работы, в рамках которой обучающиеся высказывают свое мнение по проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по предложенной тематике.

- метод кейсов - технология, сущность которой состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микропроблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений. Метод анализа конкретных ситуаций прививает практические навыки работы с информацией; учит вычленять, структурировать и ранжировать проблемы.

- метод проектов - комплексный метод обучения, результатом которого является создание какого либо продукта или явления. В основе учебных проектов лежат исследовательские методы обучения.

- ролевая игра - модель построения учебного процесса, с целью приобретения практики вариантов различного поведения, поиска наиболее оптимальной тактики и стратегии нахождения решения проблемы. Сюжетно-ролевые игры проводятся по предварительно разработанному сценарию, имеют развернутые инструкции для всех участников игры с описанием содержания их роли. Данный тип игр основывается на более сложном механизме взаимодействия участников игры, что требует большего времени для проведения занятия.

- метод мозгового штурма - метод генерирования идей, сущностью которого является экстенсивная коллективная выработка максимально возможного количества вариантов решения проблемы с последующим их критическим анализом.

- мини-конференция – носит научно-познавательный характер, основной целью является получение дополнительной информации, необходимой как в практической деятельности, так и в жизнедеятельности. Технология представляет собой обмен опытом, знаниями, навыками между обучающимися, как развивающимися, так и более подготовленными.

Самостоятельная работа обучающихся организуется на основе выделения таких вопросов изучаемых тем, усвоение которых требует самостоятельности изучения и анализа, а также дополнительных источников периодических изданий. Контроль усвоения обучающимися вынесенных на самостоятельную работу положений осуществляется в ходе выполнения докладов, рефератов, проектов, решении тестов и проведения блиц-опросов на семинарских занятиях.

## **6.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

### **6.2. Организация и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы обучающегося. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	
1	7	Тема 1. Психология потребителей: организация и общество	1.Изучение лекции. 2.Подготовка к устному опросу. 3.Изучение основной и дополнительной учебной литературы.	10

2	7	Тема 2. Внешние факторы, влияющие на психологию потребителя	1. Изучение лекции. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Изучение основной и дополнительной учебной литературы.	10
3	7	Тема 3. Внутренние факторы воздействия на психологию потребителей	1. Изучение лекции. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Изучение основной и дополнительной учебной литературы.	10
4	7	Тема 4. Индивидуальное поведение потребителя и потребительская мотивация.	1. Изучение лекции. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Изучение основной и дополнительной учебной литературы.	10
5	7	Тема 5. Процесс принятия решения потребителями	1. Изучение лекции. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Изучение основной и дополнительной учебной литературы.	10
6	7	Тема 6. Психология потребителей: организация и общество.	1. Изучение лекции. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Изучение основной и дополнительной учебной литературы.	10
			Всего:	60

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания. Место доступа	Используется при изучении разделов
1	Психология потребительского поведения, рекламы и PR : учеб. пособие / Н.В. Антонова, О.И. Патоша	Антонова Н.В./	М. : ИНФРА-М, 2016. — 325 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <a href="http://www.znanium.com">http://www.znanium.com</a> ]. - (Высшее образование: Магистратура). - <a href="http://www.dx.doi.org/10.12737/19925">www.dx.doi.org/10.12737/19925</a> .	Темы 1-6

2	Поведение потребителей [Электронный ресурс]: учебник	Меликян О.М.	М.: Дашков и К, 2016.— 280 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/59953.html">http://www.iprbookshop.ru/59953.html</a> . — ЭБС «IPRbooks»	Темы 1-6
---	--	--------------	--	----------

### 7.1. Дополнительная литература

п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания. Место доступа	Используется при изучении разделов
1	Экономическое поведение потребителей [Электронный ресурс]	Мамистова Е.А.	Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017.— 78 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/72788.html">http://www.iprbookshop.ru/72788.html</a> . — ЭБС «IPRbooks»	Тема 1-6
2	Психология управления. Практикум: учебное пособие	Третьяк А.А.	М.: Вышэйшая школа, 2015. 350— с. —Режим доступа - ЭБС <a href="http://www.iprbookshop.ru/48016">http://www.iprbookshop.ru/48016</a>	Тема 1-6

### 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<http://ipras.ru/> - Институт Психологии РАН  
<http://www.psy.msu.ru> Сайт факультета психологии МГУ  
<http://www.sobchik.ru/> - Институт прикладной психологии  
<http://www.ipd.ru/> - Институт развития личности  
<http://www.iephb.ru/> - Институт эволюционной психологии и биохимии им. И.М. Сеченова  
<http://www.nsu.ru/psych/>- Научно-учебный центр психологии НГУ  
<http://www.psycon.ru/> - НИИ психотехнологий  
<http://www.psy.msu.ru/science/vestnik/index.html> - Вестник Московского университета. Серия 14, Психология  
<http://www.voppsy.ru/> - Вопросы психологии (журнал )  
<http://psyjournals.ru/index.shtml> - Портал психологических изданий PsyJournals.ru  
<http://psystudy.ru/> - Психологические исследования  
<http://www.psychol.ras.ru/08.shtml> - Психологический журнал  
<http://www.psyedu.ru/> - Электронный журнал Psyedu.Ru  
<http://www.psychology.su/> - Журнал "Психология"

<http://www.psychologos.ru/> - Психологос. Энциклопедия практической психологии

<http://progressman.ru/> - Развитие личности и самопознание

<http://psy.piter.com/> - ПСИПОРТАЛ - Столица сетевой психологии

<https://psyfactor.org> - ПСИ-фактор

<http://www.ipd.ru/> - Институт развития личности

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Усвоение материала дисциплины на лекционных и практических занятиях и в результате самостоятельной подготовки и изучения отдельных вопросов дисциплины, позволят обучающимся подойти к промежуточному контролю подготовленным, и потребуют повторение ранее пройденного материала. Знания, накапливаемые системно, являются глубокими, качественными и позволяют формировать соответствующие компетенции как итог образовательного процесса.

Для систематизации знаний по обозначенной дисциплине первоначально обучающемуся следует обратить внимание на Рабочую программу курса, которая включает в себя темы и ключевые проблемы дисциплины, в рамках которой формируются вопросы для промежуточного контроля. Обучающийся, заранее ознакомившись с программой курса, сможет лучше сориентироваться в последовательности освоения курса с позиции организации самостоятельной работы. Экзамен является завершающим звеном в процессе освоения дисциплины. Его результат в огромной степени зависит от того, насколько правильно обучающийся организовал самостоятельную работу в течение семестра, насколько серьезно занимался на практических занятиях. Начиная подготовку к экзамену необходимо распределить время так, чтобы отработать все ответы на вопросы. При подготовке вопросов необходимо соблюдать последовательность, разделов курс дисциплины, учитывать взаимосвязь между ними, это дает возможность глубже усвоить материал. Целесообразно определить план изучения материала и строго ему следовать. Получив билет, не нужно спешить, нужно собраться с мыслями, сориентироваться в проблеме поставленных в билете вопросов. Если не ясна постановка вопроса, то необходимо уточнить у преподавателя. Внимательно вдумавшись в сущность вопроса, нужно определить план его изложения. План должен быть развернутым, содержащим отдельные смысловые части, факты и аргументы. Ответ должен показать глубину понимания проблемы, знание различных подходов, концепций взглядов корифеев психологической науки. Обучающийся должен продемонстрировать знание первоисточников, умение логично и точно излагать свои мысли, оперировать научными понятиями.

### **Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Изучение учебной дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том

числе оснащенности образовательного процесса» Министерства образования и науки РФ от 08.04.2014г. № АК-44/05вн, «Положением о порядке обучения студентов – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья». Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей: для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом, для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный, для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата двигательные формы оценочных средств заменяются на письменные/устные с исключением двигательной активности. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания. При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

#### **10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

При реализации данной программы могут использоваться следующие информационные технологии:

- ЭБС «IPRbooks»;
- СПС «КонсультантПлюс»

#### **11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Специализированные аудитории оборудованные в соответствии с ФГОС ВО для проведения лекционных и практических занятий, оборудованные мультимедиа, столами, стульями, оснащенные доступом к сети Интернет и доступом к электронной библиотеке «IPRbooks».

#### **12. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ЯВЛЯЕТСЯ НЕОТЪЕМЛЕМОЙ ЧАСТЬЮ ДАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ И ПРИВОДИТСЯ В ПОЛНОМ ОБЪЕМЕ В ОТДЕЛЬНОМ ДОКУМЕНТЕ.**

