

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2026 18:07:40

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

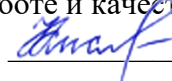
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра психологии и социальной педагогики

Утверждаю

Проректор по учебно-методической
работе и качеству образования



Н.Н. Кислова

Семенова Татьяна Вениаминовна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

«История психологии»

Направление подготовки: 37.03.01 Психология

Направленность (профиль): «Социальная психология»

Квалификация выпускника

Бакалавр

Рассмотрено

Протокол №11 от 30.06.2026 г.

Заседания кафедры психологии и социальной
педагогики

Одобрено

Начальник Управления
образовательных программ



Н.А. Доманина

Пояснительная записка

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для промежуточной аттестации по дисциплине «История психологии» разработан в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом - бакалавриат по направлению 37.03.01 Психология, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июля 2020 г. № 839, основной профессиональной образовательной программой «Социальная психология», с учетом требований профессиональных стандартов «Педагог-психолог (психолог в сфере образования)», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24 июля 2015 г. № 514н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 августа 2015 г., регистрационный № 38575), «Психолог в социальной сфере», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 14 сентября 2023 г. N 716н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 октября 2023 г., регистрационный № 75620).

Цель ФОС для промежуточной аттестации – установление уровня сформированности компетенций: ПК-2, ПК-6

Задачи ФОС для промежуточной аттестации – контроль качества и уровня достижения результатов обучения по формируемой в соответствии с учебным планом компетенцией:

ПК-2 Способностью к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-прикладных областях психологии

ПК-2.1 Знает место психологии среди других наук, основные научные принципы и методы психологии, отличающие ее от других наук; основные парадигмы психологии – теоретические конструкты, лежащие в основе различных направлений психологии

Знает основные теоретические положения психологии рекламы как прикладной отрасли психологии: цели рекламы, виды, функции и задачи рекламы, предназначение массовых коммуникаций и их роль в распространении рекламы;

ПК-2.2 Умеет использовать основные категории психологии для решения конкретных прикладных задач в различных сферах профессиональной деятельности; осуществлять организацию и проведение методологически обоснованных психологических исследований самостоятельно и в составе научной группы

Умеет использовать базовые психологические знания (о психических процессах, состояниях и свойствах личности, о потребностях человека и мотивах человеческой деятельности, об психологических особенностях целевой аудитории и пр.) для оценки реализованных рекламных проектов в различных сферах жизнедеятельности общества (в торговле, бизнесе, спорте, политике и др.), в том числе - в работе психологов-консультантов и психологических служб разной направленности;

ПК-6 Способность к реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост по запросу целевой аудитории

ПК-6.1 Знает особенности психологических технологий и возможностей их использования по запросу целевой аудитории

Знает принципы составления рекламных текстов и разработки различных видов рекламной продукции в составе учебной группы в пределах возможностей учебного процесса в вузе.

ПК-6.2 Умеет планировать просветительскую работу в организации (по ее запросу) для реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост по запросу целевой аудитории

Умеет сравнивать и критически оценивать разные рекламные технологии, которые используют психологи различных направлений для популяризации психологических знаний среди разных слоев населения, а также для привлечения внимания к услугам, которые психологи предлагают людям, находящимся в трудных жизненных ситуациях, в том числе и для нахождения клиентов для своей психологической практики и т.п.

ПК-6.3 Владеет способами информационного поиска для решения вопросов психологического просвещения и профилактики

Владеет умением находить интересную информацию о рекламе, об особенностях развития рекламы в России, о видах потребительских мотивов, об использовании когнитивного, эмоционального, поведенческого компонентов воздействия рекламы, о психологических методах воздействия на потребителя (суггестия, убеждение, подражание, идентификация, манипуляция и др.), об этических проблемах психологических воздействий в рекламе и др. - с целью психологического просвещения населения и профилактики негативного влияния рекламы на жизнь людей

Требование к процедуре оценки:

Помещение: особых требований нет/компьютерный класс/помещение с проекционным оборудованием/лаборатория

Оборудование: проектор, ноутбук/

Инструменты:

Расходные материалы:

Доступ к дополнительным справочным материалам:

Нормы времени:

Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Проверяемые компетенции:

ПК-2 Способностью к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-прикладных областях психологии
 ПК-6 Способность к реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост по запросу целевой аудитории

Проверяемые индикаторы компетенции:

ПК-2.1 Знает место психологии среди других наук, основные научные принципы и методы психологии, отличающие ее от других наук; основные парадигмы психологии – теоретические конструкты, лежащие в основе различных направлений психологии

ПК-2.2 Умеет использовать основные категории психологии для решения конкретных прикладных задач в различных сферах профессиональной деятельности; осуществлять организацию и проведение методологически обоснованных психологических исследований самостоятельно и в составе научной группы

ПК-6.1 Знает особенности психологических технологий и возможностей их использования по запросу целевой аудитории

ПК-6.2 Умеет планировать просветительскую работу в организации (по ее запросу) для реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост по запросу целевой аудитории

ПК-6.3 Владеет способами информационного поиска для решения вопросов психологического просвещения и профилактики

Проверяемые результаты обучения:

Знает основные теоретические положения психологии рекламы как прикладной отрасли психологии: цели рекламы, виды, функции и задачи рекламы, предназначение массовых коммуникаций и их роль в распространении рекламы

Умеет использовать базовые психологические знания (о психических процессах, состояниях и свойствах личности, о потребностях человека и мотивах человеческой деятельности, об психологических особенностях целевой аудитории и пр.) для оценки реализованных рекламных проектов в различных сферах жизнедеятельности общества (в торговле, бизнесе, спорте, политике и др.), в том числе - в работе психологов-консультантов и психологических служб разной направленности

Знает принципы составления рекламных текстов и разработки различных видов рекламной продукции в составе учебной группы в пределах возможностей учебного процесса в вузе

Умеет сравнивать и критически оценивать разные рекламные технологии, которые используют психологи различных направлений для популяризации психологических знаний среди разных слоев населения, а также для привлечения внимания к услугам, которые психологи предлагают людям, находящимся в трудных жизненных ситуациях, в том числе и для нахождения клиентов для своей психологической практики и т.п.

Владеет умением находить интересную информацию о рекламе, об особенностях развития рекламы в России, о видах потребительских мотивов, об использовании когнитивного, эмоционального, поведенческого компонентов воздействия рекламы, о психологических методах воздействия на потребителя (суггестия, убеждение, подражание, идентификация, манипуляция и др.), об этических проблемах психологических воздействий в рекламе и др. - с целью психологического просвещения населения и профилактики негативного влияния рекламы на жизнь людей

Задание 1. Подготовка к проведению КОЛЛОКВИУМА по обсуждению результатов самостоятельно проведенного стандартного библиографического исследования по актуальным темам психологии рекламы и массовых коммуникаций, которые предлагает Интернет.

Необходимо пользоваться рекомендованными электронными библиотеками:

- 1) «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru>
- 2) «Научная электронная библиотека eLibrary» <https://elibrary.ru>

Необходимо подобрать к обсуждению в группе несколько новых интересных тем, сделать резюме и представить в виде сообщения, доклада или презентации.

Оценочный лист к типовому заданию (модельный ответ):

Тема 1. Текст для продвижения какой-либо продукции, товара, услуги – об использовании разных приемов воздействия на потребителя.

Тема 2. Текст об особенностях развития рекламы в России.

Тема 3. Текст методологической ориентации: понятие рекламы, цели, функции, виды рекламы.

Оценочный лист к заданию 1 (модельный ответ):

№	Критерий	Индикатор		
		0 (не соотв.)	1-5 (частичное соответствие)	6-10 (полное соответств ие)
1.	Найдено не менее трех тем из разных направлений психологии			

№	Критерий	Индикатор		
		0 (не соотв.)	1-5 (частичное соответствие)	6-10 (полное соответств ие)
	рекламы и массовых коммуникаций			
2.	Каждая из тем представлена в сравнительных категориях, подчеркнуты их сходства и найдены принципиальные различия, представлены аргументы;			
2.	Выражены понимание собственной позиции, способность к рефлексии и анализу;			
3.	Продемонстрировано умение вести полемику (отвечает на вопросы по теме, задает вопросы сам).			
4.	Представлен собственный опыт практического участия в разработке и/или реализации рекламных проектов в какой-либо сфере;			
5.	Подготовлена презентация			
Максимальное количество баллов:				50

Проверяемые компетенции:

ПК-2 Способностью к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-прикладных областях психологии

ПК-6 Способность к реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост по запросу целевой аудитории

Проверяемые индикаторы компетенции:

ПК-2.1 Знает место психологии среди других наук, основные научные принципы и методы психологии, отличающие ее от других наук; основные парадигмы психологии – теоретические конструкты, лежащие в основе различных направлений психологии

ПК-2.2 Умеет использовать основные категории психологии для решения конкретных прикладных задач в различных сферах профессиональной деятельности; осуществлять организацию и проведение методологически обоснованных психологических исследований самостоятельно и в составе научной группы

ПК-6.1 Знает особенности психологических технологий и возможностей их использования по запросу целевой аудитории

ПК-6.2 Умеет планировать просветительскую работу в организации (по ее запросу) для реализации психологических технологий, ориентированных на личностный рост по запросу целевой аудитории

ПК-6.3 Владеет способами информационного поиска для решения вопросов психологического просвещения и профилактики

Проверяемые результаты обучения:

Знает основные теоретические положения психологии рекламы как прикладной отрасли психологии: цели рекламы, виды, функции и задачи рекламы, предназначение массовых коммуникаций и их роль в распространении рекламы

Умеет использовать базовые психологические знания (о психических процессах, состояниях и свойствах личности, о потребностях человека и мотивах человеческой деятельности, об психологических особенностях целевой аудитории и пр.) для оценки реализованных рекламных проектов в различных сферах жизнедеятельности общества (в торговле, бизнесе, спорте, политике и др.), в том числе - в работе психологов-консультантов и психологических служб разной направленности

Знает принципы составления рекламных текстов и разработки различных видов рекламной продукции в составе учебной группы в пределах возможностей учебного процесса в вузе

Умеет сравнивать и критически оценивать разные рекламные технологии, которые используют психологи различных направлений для популяризации психологических знаний среди разных слоев населения, а также для привлечения внимания к услугам, которые психологи предлагают людям, находящимся в трудных жизненных ситуациях, в том числе и для нахождения клиентов для своей психологической практики и т.п.

Владеет умением находить интересную информацию о рекламе, об особенностях развития рекламы в России, о видах потребительских мотивов, об использовании когнитивного, эмоционального, поведенческого компонентов воздействия рекламы, о психологических методах воздействия на потребителя (суггестия, убеждение, подражание, идентификация, манипуляция и др.), об этических проблемах психологических воздействий в рекламе и др. - с целью психологического просвещения населения и профилактики негативного влияния рекламы на жизнь людей

Задание 2. Составить план лекции в популярном стиле по одной из проработанных в первом задании тем - для целевой аудитории неподготовленных слушателей. Продемонстрировать фрагмент лекции в нужном стиле с учетом психологических особенностей целевой аудитории.

Варианты целевой аудитории, выбранные случайным образом: 1)воспитанники детского сада, 2)младшие школьники, 3)старшеклассники, 4)пенсионеры, 5)бизнесмены, 6)индивидуальные предприниматели, 7)домохозяйки, 8)ректоры вузов, 9)победители телеконкурса среди одаренных детей младшего возраста «Лучше

всех!», 10)своя семья и ближайшие родственники, 11)случайные прохожие.12)слушатели курсов повышения квалификации психологов-консультантов.

Оценочный лист к заданию 2 (модельный ответ):

№	Критерий	Индикатор		
		0 (не соотв.)	1 (частичное соответствие)	2 (полное соответствие)
1.	Подготовлен план популярной лекции по теме из ранее проработанных в первом задании (выбрано самостоятельно из разных разделов психологии рекламы и массовых коммуникаций, оперативно найденных в среде ИНТЕРНЕТ)			
2.	План популярной лекции содержит не менее трех пунктов.			
3.	Тема представлена в сравнительных категориях, подчеркнуты их сходства и найдены принципиальные различия, представлены аргументы;			
4.	Продемонстрировано умение вести полемику (подготовлены вопросы по теме, составлены краткие ответы на них).			
5.	Представлен фрагмент устной речи в популярном стиле в соответствии с психологическими особенностями целевой аудитории			
Максимальное количество баллов:				10

Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	Максимальное количество баллов	Всего баллов	Уровень освоения компетенцией (в баллах)		
				Пороговый (56-70%)	Продвинутый (71-85%)	Высокий (86-100%)
ПК-2, ПК-6	Задание 1	50	60	35-40	41-50	51-60
	Задание 2	10				