МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Международный бизнес
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург
2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....4
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....5
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА.....7
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....7
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:.....7
5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС.....8
5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ.....12
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ12
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....14
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....16
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....16
ПРИЛОЖЕНИЯ: КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	**Наименование компетенции**
ОПК - 4	способностью осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации

Конечными результатами обучения по дисциплине являются сформированные «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным содержательным компонентам компетенций, формирующихся дисциплиной. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы. Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции, представлены в табл. 1.2.1.:

Таблица – 1.2.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения / индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенций)
ОПК-4	Маркетинг	Знать: основные концепции, типы, структуру и состав комплекса маркетинга, включающего принципы построения, виды, структуру, методы управления коммуникациями в различных сферах деятельности; методы исследований и оценки эффективности маркетинговой деятельности, в том числе в области коммуникаций З (ОПК-4); Уметь: проводить анализ маркетинговой среды и конкурентных преимуществ предприятия и осуществлять деловые коммуникации с учетом современных методов управления, достижений в области техники и технологий; формировать коммуникации на основе анализа состояния и развития внутриорганизационных коммуникаций и взаимодействия субъектов рынка У (ОПК-4); Владеть: представлением о маркетинге как философии и инструментарии рыночной деятельности предприятия; навыками планирования и реализации маркетинговых политик; коммуникативной компетенцией для решения социально-экономических задач в области маркетинга и управления в различных сферах деятельности В (ОПК-4);

Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции:

– владеет общей терминологией в области менеджмента и экономики;
– знает базовое программное обеспечение (MS Office, Power Point, Word, Excel)
– умеет выбирать простые математические действия и алгоритмы для решения задач.

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Для положительного заключения по результатам оценочной процедуры по учебной дисциплине установлено пороговое значение показателя, при котором принимается положительное решение, констатирующее результаты освоения дисциплины.

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование тем	**Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации**	**Объекты оценивания**	**Вид занятия / Наименование оценочных средств**	**Форма проведения оценки (устная / письменная)**
Тема 1. Маркетинг и общество	Текущий контроль	Концепции маркетинга, виды маркетинга, функции маркетинга	ПЗ / Анализ конкретной ситуации/Дискуссия	Письменная/ устная
Тема 2. Анализ маркетинговой среды предприятия. Маркетинговые исследования	Текущий контроль	PEST анализ, SWOT анализ	ПЗ /Анализ конкретной ситуации; Разработка анкеты и обработка данных для конкретной ситуации	Письменная/ устная
Темы 1-2		Контрольная точка 1	СЗ / Тестирование	Письменная
Тема 3. Маркетинговые стратегии	Текущий контроль	Матрица БКГ, Матрица Ансоффа, Матрица М.Портера	СЗ / Анализ конкретной ситуации	Письменная/ устная
Тема 4. Товарная политика	Текущий контроль	Товарное предложение, модель товара	ПЗ /Анализ конкретной ситуации	Письменная/ устная
Тема 5. Ценовая и сбытовая политики маркетинга	Текущий контроль	Структура сбытовой сети, сбытовые стратегии. Методы ценообразования, ценовые стратегии	ПЗ / Решение задач	Письменная/устная
Темы 3-5		Контрольная точка 2	СЗ / Презентация	Письменная/устная
Тема 6. Коммуникативная политика	Текущий контроль	Стратегии и методы продвижения	ПЗ / Кейс	Письменная/устная
Тема 7. Оценка эффективности маркетинговой деятельности	Текущий контроль	Оценки эффективности маркетинговых мероприятий	ПЗ / Анализ конкретной ситуации	Письменная/ устная
Все темы	**Промежуточная аттестация**	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы	Письменная

Номер и наименование тем	Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки (устная / письменная)
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1: Знать теоретические концепции маркетинга Вопрос 2: Решение ситуационной задачи на выбор стратегии по матрице Ансоффа Вопрос 3: Решение ситуационной задачи по оценки эффективности маркетинговой деятельности	Вопросы к ГИА	Письменная

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений может быть выражена в параметрах *«очень высокая», «высокая»*, соответствующая академической оценке *«отлично»; «достаточно высокая», «выше средней»,* соответствующая академической оценке *«хорошо»*; «*средняя», «ниже средней», «низкая»,* соответствующая академической оценке *«удовлетворительно»; «очень низкая»,* соответствующая академической оценке *«неудовлетворительно».*

Таблица – 3.1. Текущий контроль

№	Виды работ	Критерии оценивания			
		Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
1	Работа на лекциях	Отсутствие участия студента в работе на занятии	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии	Высказывание неординарных суждений, активное участие в работе на занятии
2	Работа на практических/семинарских занятиях	Выполнено менее 54%	Выполнено выше 54% до 69 %	Выполнено от 70% до 84 %	Выполнено выше 85%
3	Работа на практических занятиях, решение общих практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок
4	Работа на практических	Отсутствие участия в	Единичное высказывание,	Высказывание суждений,	Высказывание неординарных

	занятиях, решение индивидуальных практических задач	обсуждении, решении, неправильное решение	решение с ошибками	активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают опознаваемую деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица – 3.2. Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции:

1	2 (балл 54)	3 (балл 55-69)	4 (балл 70-84)	5 (балл 85-100)
Отсутствует компетенция	Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
Компетенция не освоена. Студент не владеет необходимыми знаниями.	Компетенция не освоена. Обучающийся частично показывает знания, входящие в состав компетенции, понимает их необходимость, но не может их применять.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.

Базовый уровень освоения компетенций - обязательный для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины.

Повышенный уровень освоения компетенций - превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для обучающегося.

Продвинутый уровень освоения компетенций - максимально возможная выраженность компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования так и дополнительное к требованиям ОПОП освоение компетенций с учетом личностных характеристик:

- активное участие в конференциях, конкурсах, круглых столах и т.д. с получением зафиксированного положительного результата по вопросам, включенным в дисциплину;

- разработка и реализация проектов с применением компетенций, указанных в рабочей программе;

- демонстрирует умение применять теоретические знания для решения практических задач повышенной сложности и нестандартных задач;
- выполнение в срок всех поставленных задач.

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица – 4.1. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
1 2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостный характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен, итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	неудовлетворительно
<70	удовлетворительно
<85	хорошо
≥85	отлично

5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1.1. Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Решение задач	Задача 1: Выбор метода ценообразования и расчет цены
Анализ конкретной ситуации	КС 1: Выбор и обоснование концепции маркетинга КС 2: PESTанализ, SWOTанализ КС 3: Выбор стратегии по матрицам БКГ, Ансоффа и М.Портера

	КС 4: Разработка товарного предложения и модели товара КС 5: Решение о сбытовой сети КС 6: Выбор инструментов продвижения компании
Кейс	Кейс 1: Оценка эффективности рекламных мероприятий агентства по организации праздников

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС

Контрольная точка 1 - Тестирование.

Предусматривает выполнение индивидуального тестирования по темам 1-3:

Тест состоит из 20 вопросов.

1. Маркетинговые исследования это:
- средство, обеспечивающее менеджеров рынка информацией, необходимой для принятия решений
- процесс исследования маркетинга
- процесс построения долгосрочных отношений с рынком
- средство продвижения товара на рынок

2. Как можно охарактеризовать состояние спроса, если компания, оперирующая на рынке, применяет стимулирующий маркетинг?
- чрезмерный спрос
- полноценный спрос
- отсутствие спроса
- отрицательный спрос

3. С каким состоянием спроса связан синхромаркетинг:
- нерегулярным (колеблющимся) спросом
- падающим спросом
- иррациональным спросом
- чрезмерным спросом
- отрицательным спросом

4. Основные усилия компании при условии следования сбытовой концепции направлены на:
- использование интенсивных технологий производства
- стимулирование сбыта и развитие сбытовой сети
- все ответы верны

5. На какие факторы маркетинговой среды фирма способна влиять:
- факторы внутренней среды и часть факторов микросреды
- политические и экономические факторы
- демографические и научно-технические факторы
- культурные и внешние факторы
- все ответы верны.

6. Производственная концепция предполагает использование следующего инструментария:
- сбытовая политика
- товарная политика
- комплекс маркетинга
- маркетинговые исследования
- низкая себестоимость товаров и высокая производительность труда
- правильного ответа нет

7. Какое из перечисленных исследований НЕ относится к классификации исследований по территориальному признаку?

- кабинетное
- региональное
- национальное
- международное

8. Какую концепцию наиболее целесообразно применять компании в условиях ограниченных ресурсов и массового охвата рынка?

- производственную
- латеральную
- товарную
- все ответы верны

9. С каким состоянием спроса связан ремаркетинг:

- падающим спросом
- иррациональным спросом
- чрезмерным спросом
- отрицательным спросом
- отсутствием спроса

10. Вторичные данные делятся на

- внутренние и внешние данные
- первичные и нулевые данные
- данные полученные во второй раз и данные полученые несколько раз подряд
- объективные и субъективные данные

11. Ориентация компаний на заботу об окружающей среде, поддержание экологии, проведение «зеленых» мероприятий» свидетельствует о применении:

- сервисной концепции
- товарной концепции
- социально-этической концепции

12. Капитальные вложения завода в совершенствование станков и конвейерного оборудования связаны, прежде всего, с увеличением объемов производства продукции, увеличением производительности труда, а также снижением издержек и, соответственно, цен на продукцию завода для потребителей. Какой концепции придерживается завод?

- производственная
- товарная
- маркетинга взаимодействия
- социально-этическая

13. Какой тип маркетинга применила компания «J7», добавив в свой ассортимент мороженое, в силу сезонных колебаний спроса на соковую продукцию, который до этого был единственной товарной группой компании?

- развивающий
- конверсионный
- стимулирующий
- Синхромаркетинг

14. Состояние повышения объема спроса на пассажирские перевозки в период каникул и праздников и его снижение в другие периоды можно охарактеризовать как:

- нерегулярный спрос
- отрицательный спрос
- отсутствие спроса
- нерациональный спрос
- чрезмерный спрос

15. Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса:

- маркетинг на внутреннем и внешнем рынках, экспортный и международный маркетинг
- микромаркетинг, макромаркетинг
- маркетинг товаров, услуг, предприятий, отдельных лиц, мест, территорий, идей
- производственный (B2B) маркетинг, потребительский (B2C) маркетинг
- тактический, операционный, стратегический
- синхромаркетинг, поддерживающий, стимулирующий, ремаркетинг, демаркетинг, конверсионный, контр-маркетинг
- концентрированный, дифференцированный, недифференцированный

16. Деятельность, связывающая посредством информации маркетолога с потребителями, покупателями и общественностью – это:
- исследование сбыта
- маркетинговое исследование
- анализ рыночной информации
- торговое исследование

17. При проведении PEST-анализа НЕ учитывают факторы:
- политические
- экономические
- стратегические
- технологические

18. Задачей маркетинга при скрытом спросе является:
- синхронизация колебаний спроса
- сокращение сервисных услуг
- создание новых товаров, удовлетворяющих потребности на новом качественном уровне
- отслеживание изменений в потребительских предпочтениях и поведении конкурентов

19. Что включает в себя стратегический план?
- долгосрочные цели компании
- способы достижения поставленных целей
- показатели для контроля поставленных целей
- все вышеперечисленное

20. Стратегию массового охвата при выходе на рынок следует использовать, если:
- покупатели на рынке имеют разнородные потребности
- покупатели на рынке имеют однородные потребности
- у компании нет свободных денег на продвижение продукции
- рынок высококонкурентный

Оценка тестирования 1:

При оценке тестирования используются следующие критерии:

– наличие верных ответов на вопросы тестирования;
– соответствие требованиям по оформлению;
– соблюдение сроков;

Контрольная точка 2- Аналитическая работа и ее презентация

Предусматривает выполнение индивидуальной работы по самостоятельно выбранной тематике. Работа в мини-группах (2-3 человека).

Тематика и последовательность выполнения задания:

Необходимо: 1) выбрать тематику из предлагаемого списка для каждой мини-группы.

2) Рассмотреть теоретические основы и обзор литературы по теме.

3) Следует разработать предложения и выводы/рекомендации по тематике. Привести конкретные примеры компаний и обосновать свои рекомендации по выбранной тематике.

Структура работы должна включать

- постановку цели работы,
- аналитический аспект (сравнение брендов\компаний, стратегический анализ, СВОТ анализ, товарный, ценовой анализ, обработка данных исследования, анализ конкурентоспособности и др. виды аналитической деятельности),
- творческий/креативный аспект (идеи, рекомендации)
- выводы.

Исходная информация: учебная литература по темам 4-7.

Темы для выбора:

1. Маркетинговое исследование (любой вариант)

*В результате необходимо в презентации отразить цель, гипотезы исследования, вопросы анкеты, результаты в виде диаграмм (гистограмм) и выводы – рекомендации.

2. Маркетинг инновационных товаров
3. Маркетинг детских товаров/услуг
4. Маркетинг сферы развлечений (кино-, музиндустрии)
5. Маркетинг науки
6. Брендинг/ребрендинг
7. Позиционирование/репозиционирование товара/услуги/компании
8. Мобильный маркетинг (на основе мобильных приложений)
9. Интернет-маркетинг: вирусный маркетинг
10. Интернет-маркетинг: квесты в соцсетях
11. Интернет-маркетинг: PR в интернете
12. Праздничный маркетинг (возможны любые варианты тем, например, предновогоднее стимулирование продаж, скидки к празднику и т.д.)
13. Маркетинг ресторанной отрасли
14. Маркетинг в туризме
15. Маркетинг территорий
16. Эко-маркетинг
17. Гостиничный маркетинг
18. Спортивный маркетинг
19. Политический маркетинг
20. Маркетинг интернет-магазинов
21. Будущее маркетинга (анализ основных тенденций в России и за рубежом, прогноз)
22. Самые громкие провальные маркетинговые компании
23. Самые удачные маркетинговые компании
24. Продвижение личного бренда
25. Комплекс маркетинга по выводу нового товара на рынок
26. Ценовые войны
27. Рекламные стратегии
28. Сказочные персонажи в маркетинге товаров и услуг (как для детей, так и для взрослых)
29. Концепция креативного дизайна товара/упаковки/офиса компании
30. Особенности рекламы в различных странах
31. Нейромаркетинг

32. Арт-маркетинг
33. Медицинский маркетинг
34. Особенности поведения потребителей (на конкретном рынке товаров/услуг)
35. Успешный маркетинг по мотивам…книга/фильм/событие
36. Маркетинг люксовых товаров (luxury)
37. Контрольная закупка (предполагает проведение процедуры тестирования продуктов потребителями без оглашения марок/брендов по конкретным критериям. И дальнейшую обработку данных теста.)

Оценка аналитической работы:

Для аналитической работы предусмотрена групповая защита, для которой требуется презентация в формате Power Point. Выступление на защите 5-7 минут.

Выполненная работа и презентация размещаются в электронном виде в электронном курсе на de.unecon не позднее установленной даты сдачи.

При оценке аналитической работы используются следующие критерии:

– -соответствие структуры работы требованиям, наличие всех разделов работы;
– полнота раскрытия разделов работы, логичность изложения;
– работа с источниками, количество и качество использованных источников;
– соответствие требованиям по оформлению;
– соблюдение сроков;
– презентация работы, ответы на вопросы.

5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Промежуточная аттестация проводится в форме письменного экзамена, включающего две части. Первая часть (часть А) проверяет знание теоретических основ дисциплины и включает в себя тесты (20 вопросов), сформированные по следующим темам:

Пример тестового вопроса:

Является ли верным следующее утверждение:

- После стремительного роста сектора услуг в 1980-2000-х гг. в последнее десятилетие наблюдается уменьшение доли сектора услуг в ВВП большинства стран мира
- Нематериальность услуги проявляется для компании в проблеме патентования и защиты ноу-хау

Вторая часть (часть Б) проверяет навыки студентов решать практические задачи и адаптировать теоретические основы к практике.

Пример задания Б:

Задача:

Себестоимость продукции – 3тыс.руб., приемлемая рентабельность составляет 40%, ставка акциза – 20%, НДС-18%. Устроит ли компанию цена с НДС в размере 5,2 тыс.руб.?

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Процедура оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенции(ий), представлена паспортом фонда оценочных средств по дисциплине (раздел 1).

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся Университета по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости в Университете является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами Университета (факультета, института).

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит аттестацию обучающихся за прошедший период. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом/ институтом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;

результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

результаты выполнения контрольных работ;

результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);

посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.

результаты прохождения контрольных точек по дисциплине (при использовании балльно-рейтинговой системы)

Промежуточная аттестация обучающихся Университета является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия

уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся, требования к которым изложены в Положении о балльно-рейтинговой системе.

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. – Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениями зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-	визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: аудио-визуальные, основанные на представление учебной

	осязательный	информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	визуально-кинестетические; аудио-визуальные; аудиально-кинестетические; аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям		Образовательные ресурсы				
		Электронные				Печатные
		мультимедиа	графические	аудио	текстовые, электронные аналоги печатных изданий	
С нарушениям и зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л.Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениям и слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гипер-ссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в СПбГЭУ

Категории обучающихся по нозологиям	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями зрения	устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определении его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются

преподавателем (мастером производственного обучения) с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся.