МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

дисциплины

МАРКЕТИНГ

Направление подготовки	38.03.07 Товароведение
Направленность программы	Экспертиза и менеджмент товаров
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург
2020

Содержание

1. Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины
2. Структура ФОС по дисциплине
3. Показатели и критерии оценки компетенций
4. Шкала оценивания результата
5. Перечень заданий по дисциплине
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания
7. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями

Приложения:

Контрольно-оценочные средства

1. Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки освоения образовательных результатов учебной дисциплины «Маркетинг».

Рабочей программой дисциплины предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ОПК-2	способностью находить организационно-управленческие решения в стандартных и нестандартных ситуациях

1.2. Конечными результатами освоения дисциплины 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 освоения дисциплины, характеризующие этапы формирования компетенции:

Таблица – 1.2.1. Результаты освоения дисциплины

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения / индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенций)
ОПК-2	Маркетинг	**Знать:** основы формирования маркетинговой товарной политики предприятия, основные маркетинговые товарные стратегии, основные принципы формирования и развития маркетингового комплекса предприятия **З(II) (ОПК-2);** **Уметь:** использовать современный маркетинговый инструментарий для анализа ассортимента предприятия; проводить маркетинговые исследования потребителей, товарных систем предприятий **У(II) (ОПК-2);** **Владеть:** методами анализа товарной политики предприятия; навыками планирования, организации и совершенствования маркетинговой товарной политики **В(II) (ОПК-2).**

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

– владеет терминологией в области экономики, коммерции и предпринимательской деятельности;
– знает основы общего анализа рынка и конкурентов;
– умеет проводить статистическую обработку информации.

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 2. Концепции маркетинга, виды маркетинга.	Текущий контроль	Эволюция маркетинга. Концепции и виды маркетинга.	СЗ / Анализ конкретной ситуации	Письменная/ устная
Тема 3. Анализ маркетинговой среды предприятия. Маркетинговые исследования.	Текущий контроль	Маркетинговая среда. Маркетинговые исследования.	ПЗ /Кейс	Письменная/ устная
Тема 4. Сегментация рынка. Маркетинговые стратегии.	Текущий контроль	Сегментация. Маркетинговые стратегии.	ПЗ / Решение задачи	Письменная/ устная
Темы 1-4	Рубежный контроль	Контрольная точка 1	ПЗ / Презентация	Письменная/ устная
Тема 5. Маркетинговая товарная политика.	Текущий контроль	Маркетинговая товарная политика. Матрица BCG. Жизненный цикл товара.	ПЗ /Анализ конкретной ситуации / Решение задачи	Письменная/ устная
Тема 6. Маркетинговая ценовая политика.	Текущий контроль	Ценовые стратегии. Анализ чувствительности к цене.	ПЗ /Решение задач	Письменная
Тема 7. Маркетинговая сбытовая политика.	Текущий контроль	Маркетинговая сбытовая политика. Выбор каналов сбыта.	ПЗ /Анализ конкретной ситуации	Письменная/устная
Тема 8. Маркетинговая коммуникативная политика.	Текущий контроль	Маркетинговая коммуникативная политика. Выбор каналов продвижения. Медиаплан. Разработка рекламного обращения	ПЗ /Кейс / Решение задачи	Письменная/устная
Тема 9. Организация службы маркетинга на предприятии.	Текущий контроль	Организация службы маркетинга на предприятии. Должностные инструкции сотрудников службы маркетинга.	ПЗ / Анализ конкретной ситуации	Письменная/ устная
Тема 10. Оценка эффективности маркетинговой деятельности.	Текущий контроль	Оценка эффективности маркетинговой деятельности. Мониторинг показателей маркетинговой деятельности	ПЗ / Решение задачи	Письменная/устная

Номер и наименование тем	Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки (устная / письменная)
Темы 5-10	Рубежный контроль	Контрольная точка 2	ПЗ / Тест	Письменная
Все темы	**Промежуточная аттестация**	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Экзаменационная работа	Устная
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1: Знать теоретические модели и инструменты маркетинга Вопрос 2: Решение ситуационной задачи на выбор инструментов по элементам комплекса маркетинга Вопрос 3: Решение ситуационной задачи на маркетинговый стратегический анализ	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%

№	Виды работ	Критерии оценивания			
		Отсутствует компетенция	**Базовый уровень освоения компетенции**	**Повышенный уровень освоения компетенции**	**Продвинутый уровень освоения компетенции**
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 занятиях, решение индивидуальных 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

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.

Таблица – 3.3. Показатели сформированности компетенции по дисциплине

Код компетенции	Показатели сформированности компетенции	Способы оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенции по дисциплине
ОПК-4	Умеет осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации,	Анализ конкретной ситуации/ Кейс/	**Знать:** основы теории информационного обеспечения маркетинговой

Код компетенции	Показатели сформированности компетенции	Способы оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенции по дисциплине
	необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой). Умеет применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией	Решение задач/ Презентация/ Тест	и рекламной деятельности предприятий; перечень специализированных информационных технологий и систем, применяемых в маркетинге и рекламе **Уметь:** совершенствовать и оптимизировать управление информацией при осуществлении маркетинговой и рекламной деятельности в коммерческих предприятиях **Владеть:** навыками информационной поддержки принятия решений в маркетинговой и рекламной деятельности коммерческих предприятий.

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 результатов выполнения задания по каждому оценочному средству представлены в таблице 4.2.

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: рассчитать и проанализировать данные, полученные в ходе количественного маркетингового исследования (опрос) Задача 2: рассчитать и проанализировать основные показатели BCG-матрицы и ABC-анализа Задача 3: рассчитать основные показатели PSM-анализа (анализа чувствительности к цене)

	Задача 4: рассчитать основные показатели медиплана для рекламной кампании на ТВ Задача 4: рассчитать и проанализировать основные показатели эффективности маркетинговой деятельности
Анализ конкретной ситуации	КС 1: Применение конкретной концепции маркетинга в зависимости от сформировавшейся маркетинговой среды КС 2: Сегментация на рынке потребительских товаров (кухонные комбайны) КС 3: Выбор маркетинговой стратегии (по М. Портеру, по И. Ансоффу) КС 4: Выбор маркетинговых мероприятий в зависимости от стадии жизненного цикла товара КС 5: Выбор каналов сбыта в зависимости от рынка, типа товара, размера и целей компании КС 6: Выбор организационной структуры отдела службы маркетинга от рынка, типа товара, размера и целей компании
Кейс	Кейс 1: Проведение SWOT-анализа на рынка авиаперевозок РФ Кейс 2: Разработка рекламного обращения

5.2. Рубежный контроль по БРС (при реализации в ЭИОС)

Контрольная точка 1 – Подготовка и защита презентации

Задание выполняется на примере реально существующего либо нового предприятия, которое только создаётся и готовится для выхода на рынок. Для выполнения работы используется теоретический материал курса лекций и информация о рынках, потребителях и предприятиях из открытых источников (интернет, периодические издания и др.). Работа выполняется индивидуально. Для подготовки презентации рекомендуется использовать программу PowerPoint либо её аналог.

Структура презентации

1. Основная информация о предприятие: объём продаж (годовой), рыночная доля (в Санкт-Петербурге, в России или в мире), рынок, на котором работает, основные конкуренты, уровень известности бренда (в Санкт-Петербурге или в России или в мире) и т. д.. Максимум – 2 балла.
2. Какую маркетинговую концепцию применяло в прошлом и применяет сейчас предприятие в своей деятельности (производственная, товарная и т. д.)? С какими типами спроса сталкивалась за время своего существования и как решала вопросы, связанные с данным типом спроса (негативный, скрытый, падающий и т. д.). Максимум – 4 балла.
3. Сегментация. Целевая аудитория (целевые аудитории). Описание целевого сегмента/сегментов с помощью существующих критериев/признаков сегментации. Максимум – 4 балла.
4. Опишите комплекс маркетинговых политик предприятия (4Р). Дайте краткую характеристику каждой из них (товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативные политика). Максимум – 4 балла.
5. Маркетинговая среда, SWOT-анализ. Анализ внутренней маркетинговой среды предприятия (сильных и слабых сторон предприятия). Анализ факторов внешней маркетинговой среды предприятия (анализ рыночных возможностей и угроз): уровень конкуренции на рассматриваемом рынке, состояние и динамика развития рынка (ёмкость

рынка, темпы роста/падения рынка). По возможности, свою точку зрения необходимо подкреплять фактами и статистическими данными. Максимум – 4 балла.

Оформление работы (аккуратное форматирование, читаемые шрифты, читаемый текст на читаемом фоне и т.д.). Максимум – 2 балла.

При оценке презентации учитываются 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.

Контрольная точка 2 - Тест.

Предусматривает письменное тестирование, вопросы по темам № 1-9. Тест решается индивидуально, состоит из 20 вопросов, за каждый правильный ответ начисляется 1 балл

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 вопросы по пройденным темам.

1. Маркетинг – философия и инструментарий рыночной экономики и предпринимательской деятельности.
2. История и генезис маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.
3. Функции и принципы маркетинга.
4. Процесс маркетинга. Основные составляющие процесса маркетинга и их характеристика.
5. Виды и типы маркетинга. Типы маркетинга в зависимости от характера существующего спроса.
6. Маркетинг-микс 4Р. Синергетический эффект маркетингового инструментария.
7. Сегментация потребителей. Критерии сегментации.
8. Маркетинговая окружающая среда: макро- и микросреда. Внутренняя маркетинговая среда. SWOT – анализ.
9. Модель пяти конкурентных сил Майкла Портера.
10. Система маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований.
11. Понятие маркетинговой информационной системы. Элементы системы.
12. Маркетинговая товарная политика.
13. Конкурентные стратегии Майкла Портера. Матрица Ансоффа.
14. Классификация товаров, многоуровневая модель товара.
15. Конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности товара.
16. Управление ассортиментом. Матрица BCG.
17. Теория жизненного цикла товара.
18. Планирование и анализ товарной политики предприятия.
19. Маркетинговая ценовая политика. Виды скидок.
20. Ценообразование. Методы ценообразования. Ценовые стратегии.
21. Маркетинговая сбытовая политика. Виды каналов сбыта.
22. Основные виды посредников, их достоинства и недостатки.

23. Маркетинговая коммуникативная политика. Виды маркетинговых коммуникаций.
24. Реклама. Основные виды. Преимущества и недостатки.
25. Стимулирование сбыта. Основные виды и способы стимулирования сбыта.
26. Методы расчета бюджета на рекламу. Оценка эффективности рекламы. Виды эффективности.
27. Разработка плана маркетинга. Структура плана маркетинга. Составление бюджета маркетинга.
28. Роль и задачи службы маркетинга на предприятии. Типовые организационные структуры службы маркетинга.
29. Контроль маркетинговой деятельности. Виды и задачи.
30. Затраты на маркетинг. Виды затрат. Оценка эффективности маркетинговой деятельности, основные показатели.

Вторая часть (часть Б) проверяет навыки студентов решать практические задачи.

Пример задачи.

Компания впервые использовала ТВ-рекламу для продвижения товара/бренда на рынок. В течение рекламного периода прирост товарооборота составил 300 млн. руб. Средняя рентабельность компании за этот период составила 15% (без учета инвестиций в рекламу). Расходы на рекламу составили 30 млн. руб. Оцените ROI рекламы.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

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

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, ежегодно обновляется. Для промежуточной аттестации в виде экзамена КОС 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.

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

Рубежный контроль, как одна из составляющих текущего контроля, успеваемости в Университете является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП по нескольким пройденным темам дисциплины в форме контрольных точек в рамках балльно – рейтинговой системы.

Обучающиеся заранее через ЭИОС информируются о формах проведения рубежного контроля, минимальных и максимальных баллах за каждое контрольное испытание.

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 и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

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

– посещение студентами, лекционных, 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-осязательный	*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 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
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	

		зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
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 нарушениями 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 нарушениями 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 определения 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.