

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

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

### УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

Направленность  
(профиль) программы Инновационный менеджмент

Уровень высшего  
образования Магистратура

Составитель(и):

\_\_\_\_\_ / К.э.н., доц. Соколова Н.А.

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

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

Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине. «Управление конкурентоспособностью инновационного продукта»

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

1.2. 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 компетенции)
1	2	3
Второй уровень (углубленный) (ПК-4)-2	Управление конкурентоспособностью инновационного продукта	<p><b>Знать:</b> теорию конкуренции и конкурентоспособности и их модификации в условиях трансформации рынка; <i>количественные и качественные</i> методы управления продвижением инновационного продукта на различных этапах его жизненного цикла <b>32 (II) (ПК-4)</b></p> <p><b>Уметь:</b> оценивать конкуренцию на рынке и конкурентоспособность инновационного продукта количественными и качественными методами, разрабатывать стратегии управления продвижением инновационного продукта <b>У2 (II) (ПК-4)</b></p> <p><b>Владеть:</b> количественными и качественными методами оценки конкурентоспособности инновационного продукта в современных условиях трансформации рынка; методами представления инновационных продуктов для принятия решения о их продвижении <b>В2(II) (ПК-4)</b></p>

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

- знает теории поведения фирмы в рыночной экономике, основные модели экономического роста, понятие и сущность рыночного равновесия, понятие конкурентоспособности предприятия, современные концепции конкурентных преимуществ (из дисциплины «Управленческая экономика»);

- знает содержание методов и этапов стратегического планирования инновационного развития; цели и принципы организационного развития и проведения организационных изменений в процессе стратегического планирования инновационного развития; (из дисциплины «Стратегическое планирование инновационного развития»);

- умеет осуществлять поиск отечественных и зарубежных источников информации об актуальных проблемах в области трансфера инновационных технологий; на основе исследований разрабатывать предложения по совершенствованию форм передачи инновационных технологий (из дисциплины «Современный стратегический анализ»);

- умеет управлять организациями, принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия, разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию, анализировать и проектировать межличностные, групповые и организационные коммуникации (из дисциплины «Теория организации и организационное поведение»);

- владеет навыками работы с информационными источниками; методологией проведения научных исследований в области менеджмента; навыками самостоятельной научно-исследовательской работы; методами разработки и оценивания полученных результатов исследований (из дисциплины «Методы исследования в менеджменте»);

- умеет выявлять и исследовать актуальные проблемы в области менеджмента, интерпретировать и оценивать результаты; разрабатывать планы и программы проведения исследований в области менеджмента; анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей; осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач, осуществлять выбор инструментальных средств для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы (из дисциплины «Методы исследования в менеджменте»).

## 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 и/или разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки  Устная/ письменная
1	2	3	4	5
<b>Инновационные продукты в условиях конкуренции</b> <b>Проведение прикладных исследований инновационного продукта на различных этапах его жизненного цикла.</b>	Текущий контроль	Инновационные продукты: понятия, основные особенности, цели, виды. Организация процесса производства инновационных продуктов. Инновационные предприятия: определения и тенденции развития. Конкурентные преимущества инновационных предприятий	Проблемный семинар и тематическая дискуссия	Устная
<b>Брендинг в разработке и создании инновационных продуктов в условиях трансформации рынка</b>	Текущий контроль / рубежный контроль	Брендинг: ключевые понятия и определения. Взаимосвязь и роль брендинга в создании инновационных продуктов. Этапы процесса создания новых продуктов, ориентированных на бренд. Формирование марочного капитала: современные направления исследования и инструменты. Сравнительный анализ методик оценки стоимости брендов: затратный, сравнительный, доходный подход, метод оценки стоимости бренда компании «V-RATIO»	Тематическая дискуссия, кейс, анализ конкретных ситуаций	Устная
<b>Брендинг в управлении инновационным потенциалом предприятия и бизнес-процессами на предприятии</b>	Текущий контроль	Основные технологии брендинга: концепция 4D брендинг и постулаты Т. Гэда. Стратегии брендинга: стратегии line extension в управлении инновационным потенциалом предприятия. Западная и азиатская концепция брендинга. Формирование моделей развития бренд-ориентированных предприятий.	Тематическая дискуссия, решение ситуационных кейсов (устных и письменных)	Устная, письменная
<b>Методы системного подхода в управлении брендом инновационного продукта и их модификации</b>	Текущий контроль	Разработка архитектуры бренда. Разработка идентичности и позиции бренда. Основные положения программ по созданию бренда. Модель стратегического бренд-менеджмента К.Келлера Модель бренд-лидерства Аакера и Йохимштайлера. Модель создания интегрированного бренда Лесли	Тематическая дискуссия, решение ситуационных кейсов, доклады, презентации	Устная, письменная

		де Чернатони. Сравнение моделей бренд-менеджмента		
<b>Продвижение брендов в условиях трансформации рынка</b> <b>Количественные качественные методы для проведения прикладных исследований продвижения брендов</b>	<b>Текущий контроль</b>	Интегрированные маркетинговые коммуникации в продвижении брендов. Проблемы российских инновационных предприятий в плане продвижения брендов инновационных продуктов: основные барьеры и пути их преодоления	Тематическая дискуссия, эссе на тему: «Средства и методы продвижения брендов и торговых марок»	<b>Устная, письменная</b>
<b>Оценка эффективности и конкурентоспособности бренда инновационного продукта на различных этапах его жизненного цикла</b>	<b>Текущий/рубежный контроль</b>	Источники, методы финансирования и оптимизация затрат на создание и продвижение бренда. Условия эффективности брендинга. Обоснование определения эффективных брендинговых решений	Тематическая дискуссия, решение устных и письменных кейсов	<b>Устная письменная</b>
<b>Все темы и разделы:</b>	<b>Промежуточная аттестация</b>	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	<b>Вопросы</b>	<b>Устная</b>
<b>Итоговый контроль по дисциплине</b>	<b>-</b>	Вопрос 1. Этапы процесса создания новых продуктов, ориентированных на бренд. Вопрос 2. Источники, методы финансирования и оптимизация затрат на создание и продвижение бренда Вопрос. 3. Проблемы российских инновационных предприятий в плане продвижения брендов инновационных продуктов: основные барьеры и пути их преодоления	<b>Вопросы к ГИА</b>	<b>-</b>

### 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»*, *«примитивная»*, 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 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 развита. Студент не владеет необходимыми знаниями.	Компетенция не развита. Обучающийся частично показывает знания, входящие в состав	Компетенция развита. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет	Компетенция развита. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения	Компетенция развита. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и

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
	компетенции, понимает их необходимость, но не может их применять.	представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	типовых задач.	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 **традиционная форма аттестации**

Формой итогового контроля по дисциплине является зачет, итоговый результат формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	Незачет
>55	Зачет

## 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
Работа на лекциях	Активное участие в работе на занятии в соответствие с темой лекции
Решение практических задач	Темы задач: Почему провалился проект «Русское бистро?» Источники идей для разработки новых продуктов: Отбор идей. Интернет, как источник потребительских предпочтений, НТП, научно-технический уровень нововведений и методы его оценки. Коммерческое значение повышения научно-технического уровня продукции. Конкурентоспособность новых продуктов. Тестирование нового продукта в рыночных условиях. Основные этапы формирования торговой марки
Анализ	Темы:

конкретных ситуаций	Политика стимулирования внедрения инноваций и стимулирования творческой инициативы персонала на примере корпорации «ЗМ» Репозиционирование торговой марки, как новая фаза в жизненном цикле продуктовой инновации (Philips, Sony, Ford) Исследование «здоровья бренда» Составляющие идентичности бренда»
Кейс	Темы: Проект «NEO» - новый товар – новый сегмент Расширение бренда Применения инновационной стратегии при внедрении инновационного продукта (на примере «Лаборатории Касперского») Инновационная стратегия – инновационная структура управления предприятием
Эссе	Темы Средства и методы продвижения бренда
Письменная работа с презентацией и защитой	Тема Разработка создания бренда

## 5.2. Контрольные точки БРС

*Первая контрольная точка в форме контрольной (творческой) работы).*

*Пример одного из итоговых заданий: Разработать презентацию для подачи заявки на участие в конкурсе «Бренд года»*

	<b>Бренд года</b> Национальная награда в области построения брендов
--	--

Титул заявки - название бренда:	
Компания-заявитель:	
Владелец бренда:	
Категория:	
Масштаб проекта:	<input checked="" type="checkbox"/> национальный <input type="checkbox"/> региональный <input type="checkbox"/> локальный

### Маркетинговая цель

Обозначьте четкие цели и задачи проекта. Например: получить определенную долю рынка, рост продаж в целевой группе, добиться определенного восприятия бренда, изменить существующее представление о бренде, добиться определенного уровня знания марки, достижение коэффициента лояльности марке, числа попробовавших и т.п.

Маркетинговая цель проекта –

### Обзор рыночной ситуации. Позиционирование бренда

Предоставьте описание рынка и положение бренда на рынке. Описание должно включать основные тенденции рынка, конкурентное окружение и обоснование позиционирования.

Итоговая формулировка позиционирования:

---

#### Целевая группа

Определите целевую группу и обозначьте критерии выбора. На кого ориентирован бренд?  
Почему данная группа была выделена в качестве «целевой»?  
Представьте её характеристики.

КОМУ:

#### Креативная стратегия

Опишите стратегию, на которой построена рекламная кампания.  
Какое послание Вы хотите донести до аудитории?  
Обоснуйте выбор послания.  
Какие характеристики целевой аудитории или рыночные показатели заставили Вас выбрать именно эту стратегию?

КАК:

При разработке креативных материалов были поставлены следующие задачи:

- Донести до целевой аудитории
- Уделить особое внимание
- Заложить основу для

В итоге

#### Медиа стратегия

Обоснуйте выбор и использование тех или иных средств массовой информации. В каком соотношении? Почему именно в таком соотношении?

ГДЕ:

Выбор каналов коммуникации рекламного сообщения исходил из следующих задач:

Общий медиа - бюджет (отметьте один из вариантов)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> до 500 тыс. долл. США                   | <input type="checkbox"/> от 5 до 10 млн долл. США          |
| <input checked="" type="checkbox"/> от 500 до 999 тыс. долл. США | <input type="checkbox"/> от 10 до 20 млн долл. США         |
| <input type="checkbox"/> от 1 до 5 млн долл. США                 | <input type="checkbox"/> 20 миллионов долларов США и более |

Использование методов PR, sales promotion, директ маркетинга и т.д.

Краткое описание проведенных мероприятий.

## Результаты

Результаты должны быть напрямую связаны с поставленными задачами. Если целью был рост продаж, достижение определённой доли рынка, уровня известности, коэффициента лояльности - укажите достигнутые показатели. Если целью было создание или изменение имиджа бренда - укажите, какие данные это демонстрируют. Пожалуйста, будьте максимально конкретны в представлении результатов. Ссылка на источник данных обязательна.

По итогам первого этапа рекламной кампании результаты

## Знание марки

### Потребление марки

Полученные результаты позволили уже по итогам первой половины 20 \_\_\_\_ года удалось занять

\_\_\_\_\_ позиции среди брендов \_\_\_\_\_, опередив таких конкурентов, как

### Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 обучающимся выделяется один академический час.

Требования к структуре ответа: полнота и корректность.

Методические рекомендации по подготовке:

- повторение лекционного материала;
- разбор практических задач и конкретных ситуаций;
- использования рекомендуемой литературы, приведенной в разделе 9.1. рабочей программы дисциплины;
- посещение консультаций преподавателя.

Процедура осуществления контроля выполнения задания осуществляется и проводится на 4 неделе семестра по критериям, указанным в табл. 4.2 ФОС.

### ***Вторая контрольная точка в форме презентации – пример (письменная/устная)***

***Задание:***

Продемонстрировать навыки анализа деятельности предприятия в области формирования торговой марки (бренда)

### Методические рекомендации:

На защиту КТ № 2 обучающимся отводится не более 7 минут, 3 минуты – на вопросы по презентации, далее студент получает развернутую оценку в разрезе описанных критериев в табл. 4.2. Процедура осуществления контроля выполнения задания осуществляется и проводится на 12 неделе семестра.

Требования к презентации и ее защите: корректное оформление, полнота и актуальность исходных данных, правильность произведенных расчетов, свободная ориентация и владение материалом доклада.

Методические рекомендации по подготовке:

Работа студентов над содержанием презентации относится к категории НИРС. В процессе распределения каждый студент выбирает торговую марку по своему усмотрению (из листинга самых ценных брендов мира).

Студент самостоятельно проводит экономический и финансовый анализ деятельности предприятия по формированию марки, основным этапам работ, применяемым инновационным стратегиям, этапам жизненного цикла предприятия, используя данные статистики отечественной и зарубежной, применяя необходимый инструментарий. Презентация должна содержать краткие тезисы выступления, рисунки и таблицы, на которые опирается докладчик. Количество слайдов 5-15. Комментарии к презентации должны излагаться в форме свободного владения материалом (обязательное требование)

### **5.3. Примерная тематика курсовых работ**

Курсовая работа по дисциплине не предусмотрена

### **5.4. Промежуточная аттестация**

Перечень вопросов к зачету (фрагмент):

1. Анализ каналов сбыта бренда. Корпоративный (внутренний) анализ.
2. Анализ конкуренции на рынке
3. Анализ управления брендом с точки зрения теории систем.
4. Виды торговых марок, представленных на российском рынке
5. Вторичные ассоциации, связанные с брендом.
6. Измерение и интерпретирование результатов управления брендом.
7. Интегрированная модель бренд-менеджмента.
8. Капитал бренда.
9. Ключевые потребительские ценности брендов
10. Конкурентные преимущества инновационных предприятий
11. Марочные стратегии
12. Марочный капитал (ассоциации с брендом)
13. Марочный капитал (воспринимаемое качество бренда)
14. Марочный капитал: понятие и составляющие марочного капитала
15. Методы оценки марочного капитала
16. Модели позиционирования торговой марки и бренда
17. Модель бренд-лидерства Аакера и Йохимштайлера.
18. Модель создания интегрированного бренда Лесли де Чернатони.
19. Модель стратегического бренд-менеджмента К.Келлера
20. Определение и обоснование позиции и ценностей бренда.
21. Основные составляющие продвижения бренда
22. Основные этапы создания концепции торговой марки
23. Отличительные признаки торговой марки и бренда
24. Планирование и внедрение бренд-маркетинговых программ.
25. Планирование инновационного товара с ориентацией на бренд
26. Позиционирование торговой марки (основные принципы)

27. Понятие «ценность торговой марки»
28. Принципы брендинга
29. Прогнозные оценки маркетинговой информации о бренде. Выводы, перспективы, риски. Маркетинговые исследования как основа позиционирования нового продукта.
30. Продвижение бренда (маркетинговые коммуникации)
31. Продвижение бренда (паблик рилейшнз)
32. Продвижение бренда (рекламные стратегии)
33. Процесс перехода от видения бренда к организационной культуре, задачам бренда, анализу и оценке сферы деятельности бренда, сущности бренда, внутренней реализации, поиску ресурсов для брендов и оценке бренда.
34. Репозиционирование бренда, методы репозиционирования
35. Роль и значение «знания о бренде»
36. Рост и поддержание капитала бренда.
37. Составляющие имиджа бренда.
38. Составляющие эффективного позиционирования
39. Сравнение изученных моделей бренд-менеджмента.
40. Сравнение моделей бренд-менеджмента и их модификаций
41. Сравнительный анализ методик оценки стоимости брендов: затратный, сравнительный, доходный подход, метод оценки стоимости бренда компании «V-RATIO»
42. Стратегии брендинга: стратегии line extention в управлении инновационным потенциалом и бизнес-процессами предприятия
43. Стратегии развития торговой марки
44. Теория Т.Гэда «4D брендинг»
45. Торговая марка: значение для производителя и потребителя, виды, функции
46. Управление торговой маркой, основные этапы
47. Факторы, влияющие на покупательское поведение
48. Характеристика западной и азиатской концепций брендинга
49. Характеристика российского рынка
50. Этапы процесса создания инновационных продуктов, ориентированных на бренд

## **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.

## **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 нарушениям и зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	<i>Аудиально-кинестетические</i> , предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения:
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	<i>визуально-кинестетические</i> , предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; <i>аудио-визуально-кинестетические</i> , базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
С нарушениям и слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	<i>визуально-кинестетические</i> , 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:
	Слабослышащие . Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	<i>аудио-визуальные</i> , основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; <i>аудиально-кинестетические</i> , предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; <i>аудио-визуально-кинестетические</i> , базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.

С нарушениям и опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осознательно-слуховой	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>визуально-кинестетические;</i></li> <li>– <i>аудио-визуальные;</i></li> <li>– <i>аудиально-кинестетические;</i></li> <li>– <i>аудио-визуально-кинестетические.</i></li> </ul>
--	---	---

Таблица 7.. – 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 - 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>устная проверка</i>: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</li> <li>– <i>с использованием компьютера и специального ПО</i>: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.</li> </ul>
С нарушениями слуха	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>письменная проверка</i>: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> <li>– <i>с использованием компьютера и специального ПО</i>: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.</li> </ul>
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	<ul style="list-style-type: none"> <li>– <i>письменная проверка, с использованием специальных технических средств</i> (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> <li>– <i>устная проверка, с использованием специальных технических средств</i> (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</li> <li>– <i>с использованием компьютера и специального ПО</i> (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.</li> </ul>

### **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.

