

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

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

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**ЛИДЕРСТВО И ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ  
РУКОВОДИТЕЛЯ**

Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Логистические и маркетинговые стратегии клиентоориентированности транснациональной транспортно-логистической компании
Уровень высшего образования	Магистратура
Форма обучения	Заочная

**Санкт-Петербург  
2020**

## 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	6
4.Шкала оценивания результата	8
5.Перечень заданий по дисциплине	9
6.Методические материалы, определяющие процедуры оценивания	11
7.Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями	12

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

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине «Брендинг работодателя транснациональной транспортно-логистической компании».

Рабочей программой дисциплины предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-2	Способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию

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

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
Третий уровень (продвинутый) (ПК-2)-3	Брендинг работодателя транснациональной транспортно-логистической компании	<p><b>Декомпозиция II</b></p> <p><b>Знать:</b> концептуальные и методические основы формирования бренда работодателя транснациональной транспортно-логистической компании, структуру и функции бренда работодателя, отличия бренда работодателя от HR-бренда и корпоративного бренда</p> <p><b>Уметь:</b> разрабатывать бренд работодателя транснациональной транспортно-логистической компании, интегрировать бренд работодателя в корпоративный бренд, управлять эффективностью брендинга работодателя</p> <p><b>Владеть:</b> навыками разработки и управления брендом работодателя транснациональной транспортно-логистической компании для решения конкретных проблем компании</p>

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

- владеет понятиями и терминами в области менеджмента, маркетинга и корпоративных финансов;
- знает основные теоретические положения и инструменты в области менеджмента, маркетинга и корпоративных финансов;
- умеет применять основные модели и инструменты менеджмента, маркетинга и корпоративных финансов в практической маркетинговой деятельности.

## 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 и/или Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки  Устная/письменная
1	2	3	4	5
1.1. Роль и значение, структура и функции бренда работодателя	Текущий контроль	Роль и значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда	Дискуссия	устная
1.2. Интеграция бренда работодателя в корпоративный бренд	Текущий контроль	Разработка программы по интеграции бренда работодателя в корпоративный бренд в соответствии с корпоративной культурой компании	Решение практической задачи	письменная/устная
1.3. Три ключевые функции бренда работодателя	Текущий контроль	Проблемы и возможности бренда работодателя для привлечения, удержания квалифицированного персонала и постоянного повышения производительности их труда	Решение практической задачи	письменная/устная
1.4. Брендинг работодателя от хорошего к великому: управление талантами)	Текущий контроль	Бренд работодателя как возможность реализации своего профессионального и творческого потенциала для каждого сотрудника	Дискуссия	устная
2.1. Разработка ключевых показателей оценки эффективности брендинга работодателя	Текущий контроль	Разработка ключевых показателей оценки эффективности брендинга работодателя на операционном уровне (Metrics), тактическом уровне (KPI) и стратегическом уровне управления (BSC)	Решение практической задачи	письменная/устная
2.2. Типичные ошибки и лучшие практики по управлению брендом работодателя	Текущий контроль	Кейсы типичных ошибок (errata) при управлении брендом работодателя	Решение кейса	письменная/устная
2.2. Типичные ошибки и лучшие практики по управлению брендом работодателя	Текущий контроль	Best Practice: доклады по лучшим практикам управления брендом работодателя. Анализ практического опыта Общероссийского конкурса «Премия HR-бренд»	Решение кейса	письменная/устная
2.3. Влияние бренда работодателя на стоимость бизнеса	Текущий контроль	Разработка подходов и методов расчета Brand Contribution и Brand Strength для бренда работодателя	Решение практической задачи	письменная/устная
Все темы	Промежуточная аттестация	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Зачет	Письменная
Итоговый контроль по дисциплине	-	<b>Вопрос 1. Знать:</b> Роль и значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда и корпоративной культуры компании. Проблемы и возможности бренда работодателя для привлечения, удержания квалифицированного персонала и постоянного повышения производительности их труда. <b>Вопрос 2. Уметь:</b> Разработайте и обоснуйте дизайн маркетингового исследования по определению показателя	Вопросы к ГИА	-

		Brand Contribution для бренда работодателя. Предложите и обоснуйте подход к оценке показателя Brand Strength для бренда работодателя. <b>Вопрос 3. Владеть:</b> Решите кейс по лучшим практикам и типичным ошибкам управления брендом работодателя.		
--	--	--	--	--

### 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 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	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без

				замечаниями	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 целостных 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 *зачет*, итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	Незачет
>55	Зачет



## 4. 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
Дискуссия	Темы дискуссий: 1. Роль и значение бренда работодателя в системе корпоративного бренда. 2. Бренд работодателя как возможность реализации своего профессионального и творческого потенциала для каждого сотрудника.
Решение кейсов	Темы кейсов: 1. Кейсы типичных ошибок (errata) при управлении брендом работодателя. 2. Best Practice: доклады по лучшим практикам управления брендом работодателя. Анализ практического опыта Общероссийского конкурса «Премия HR-бренд».
Решение практических задач	Темы практических задач: 1. Разработка программы по интеграции бренда работодателя в корпоративный бренд в соответствии с корпоративной культурой компании. 2. Проблемы и возможности бренда работодателя для привлечения, удержания квалифицированного персонала и постоянного повышения производительности их труда. 3. Разработка ключевых показателей оценки эффективности брендинга работодателя на операционном уровне (Metrics), тактическом уровне (KPI) и стратегическом уровне управления (BSC). 4. Разработка подходов и методов расчета Brand Contribution и Brand Strength для бренда работодателя

### 5.2. Контрольные точки БРС

**Контрольная точка № 1:** Рассчитайте стоимость бренда работодателя по методу компании «Brand Finance». Необходимые данные представлены в таблице.

Таблица

Данные для расчета стоимости бренда работодателя по методу компании «Brand Finance»

Год	2020	2021	2022	2023	2024	2025
-----	------	------	------	------	------	------

Выручка (Revenue), тыс. \$	34650	36383	38202	40112	42117	44223
Операционная прибыль (EBITDA), тыс. \$	20790	21830	22920	24067	25270	26534
Чистая прибыль (NOPAT), тыс. \$	7484	7859	8252	8664	9097	9552
Используемый капитал (CE), тыс. \$	1733	1819	1910	2006	2106	2211
Добавленная экономическая стоимость (EVA), тыс. \$						
Прибыль за счет бренда (BVA), тыс. \$						
Коэффициент дисконтирования						
Дисконтированная прибыль за счет бренда (DBVA), тыс. \$						
Кумулятивная приведенная стоимость (CBV), тыс. \$						
Приведенная стоимость остатка (PVR), тыс. \$						
Стоимость бренда (BV), тыс. \$						

Примечание. В данной таблице представлены данные за последний предпрогнозный год и 5 лет прогноза.

Дополнительные данные для расчетов:

- $WACC = 9,32\%$ ;
- $BC = 40,47\%$ ;
- $r = 12,14\%$

*Примечание.* Коэффициенты дисконтирования округлять до трех знаков после запятой. Остальные показатели округлять до целых чисел.

*Дополнительная информация:* Домнин В. Н. Брендинг : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. / Сер.: Бакалавр и магистр. Академический курс. / Гриф УМО ВО. / Рекомендован Гильдией маркетологов. – М.: Юрайт, 2019, с. 312-327, 336-337.

**Контрольная точка № 2:** Разработайте и обоснуйте дизайн маркетингового исследования по определению показателя «Brand Contribution» для бренда работодателя. Предложите и обоснуйте подход к оценке показателя «Brand Strength» для бренда работодателя. Рекомендуется использовать доходный подход, метод разделения дохода и методику компании «Brand Finance».

*Дополнительная информация:* Домнин В. Н. Брендинг : Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. / Сер.: Бакалавр и магистр. Академический курс. / Гриф УМО ВО. / Рекомендован Гильдией маркетологов. – М.: Юрайт, 2019, с. 318-323, 313-317, 323-326.

### 5.3. Примерная тематика курсовых работ

Согласно учебному плану курсовые работы в учебной дисциплине не предусмотрены.

### 5.4. Промежуточная аттестация

Перечень примерных вопросов к зачету:

Вопрос № 1 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Согласно проф. П. Дойлю, экономический эффект от брендов заключается в том, что они...

1)	увеличивают денежные потоки фирмы	2)	ускоряют денежные потоки фирмы
3)	снижают стоимость капитала, рисков и стабилизации предполагаемых денежных потоков	4)	формируют прочные отношения потребителей к бренду

Вопрос № 2 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Экономический эффект от бренда, измеряемый при оценке его стоимости, включает в себя...

1)	степень влияния бренда на выбор потребителей в процессе принятия ими решения о покупке	2)	степень влияния бренда на всех участников цепочки увеличения ценности бренда
3)	степень влияния бренда на снижение возможных рисков для фирмы	4)	степень влияния бренда на инвестиционную привлекательность компании

Вопрос № 3 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Капитал бренда (brand equity) – это...

1)	способность бренда приносить дополнительный денежный доход	2)	стоимость бренда при его покупке или продаже
3)	денежный эквивалент затрат на создание и развитие бренда	4)	стоимость всех товаров, продаваемых под данным брендом

Вопрос № 4 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Бренды...

1)	относятся к материальным активам компании	2)	относятся к нематериальным активам компании
3)	относятся к материальным или нематериальным активам компании в зависимости от того,	4)	не относятся к активам компании

	это бренд товара или услуги		
--	-----------------------------	--	--

Вопрос № 5 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

За последние 30 лет в большинстве стран с развитой и развивающейся экономикой доля нематериальных активов фирм по отношению к их рыночной капитализации...

1)	растет	2)	падает
3)	примерно постоянна	4)	слишком нестабильна

Вопрос № 6 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Согласно исследованию структуры активов 56 тысяч фирм в 127 странах мира на ноябрь 2019 г. основную часть стоимости мировой экономики составляют...

1)	материальные активы	2)	нематериальные активы
3)	учтенные нематериальные активы	4)	неучтенные нематериальные активы

Вопрос № 7 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Согласно исследованию структуры активов 56 тысяч фирм в 127 странах мира за последний год, проведенному британской компании Brand Finance , экономический кризис 2008-2009 гг. привел к значительному снижению стоимости...

1)	учтенных и неучтенных нематериальных активов	2)	всех учтенных нематериальных активов (в т. ч. и брендов)
3)	только неучтенных нематериальных активов	4)	только такого нематериального актива, как деловая репутация (гудвилл)

Вопрос № 8 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Согласно проф. Ж.-Н. Капфереру, показателями активов бренда являются...

1)	уважительное и доверительное отношение к бренду	2)	предпочтение бренда или привязанность к бренду
3)	лояльность к бренду	4)	патенты и юридические права

Вопрос № 9 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Согласно проф. Д. Аакеру, капиталом бренда являются...

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

1)	осведомленность о бренде	2)	восприятие качества
3)	приверженность к бренду	4)	идентичность бренда

Вопрос № 10 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Согласно проф. К. Л. Келлеру, к потребительскому капиталу бренда относятся...

1)	характерные особенности бренда	2)	потребительская выгода и причина
----	--------------------------------	----	----------------------------------

			для покупки бренда
3)	мнения и впечатления потребителей о бренде	4)	приверженность потребителей к бренду

Вопрос № 11 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Согласно проф. Ж.-Н. Капфереру, мониторинг капитала бренда включает в себя...

1)	спонтанную и наведенную осведомленность о бренде	2)	предпочтение бренда
3)	побуждающий или рассматриваемый набор	4)	ответ на вопрос: «Пользуетесь ли вы брендом в настоящее время?»

Вопрос № 12 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

В модель управления капиталом бренда BrandAsset Valuator, созданной в компании Young & Rubicam, входят базовые мультипликативные показатели...

1)	уважение (esteem)	2)	знание (knowledge)
3)	постоянство (constancy)	4)	отличие (differentiation)

Вопрос № 13 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

В модели управления капиталом бренда BrandAsset Valuator мультипликативный показатель «знание» означает...

1)	наведенную осведомленность о бренде	2)	спонтанную осведомленность о бренде
3)	понимание потребителем характерных особенностей бренда	4)	понимание потребителем, что значит для него этот бренд

Вопрос № 14 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Основные подходы, применяемые в оценочной деятельности на территории Российской Федерации, законодательно утверждены ...

1)	в Гражданском кодексе Российской Федерации (часть четвертая)	2)	в Федеральном законе «Об оценочной деятельности» 135-ФЗ
3)	в ПБУ 14/2007 Минфина РФ	4)	в Федеральных стандартах оценки Минэкономразвития РФ

Вопрос № 15 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

При оценке стоимости нематериальных активов используют...

1)	затратный подход	2)	доходный подход
3)	сравнительный подход	4)	рыночный подход

Вопрос № 16 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

При оценке стоимости брендов согласно ISO 10668 используют...

1)	затратный подход	2)	доходный подход
----	------------------	----	-----------------

3)	сравнительный подход	4)	рыночный подход
----	----------------------	----	-----------------

Вопрос № 17 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Самым точным при оценке стоимости брендов согласно ISO 10668 считается...

1)	затратный подход	2)	доходный подход
3)	сравнительный подход	4)	рыночный подход

Вопрос № 18 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Самыми распространенными методами оценки стоимости бренда согласно ISO 10668 являются...

1)	метод разделения дохода	2)	метод освобождения от роялти
3)	метод возрастающего денежного потока	4)	метод многопериодного избыточного дохода

Вопрос № 19 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Согласно МСФО 38 к нематериальным активам относятся следующие классы...

1)	нематериальные активы, связанные с менеджментом	2)	нематериальные активы, связанные с маркетингом
3)	нематериальные активы, связанные с потребителями	4)	художественные нематериальные активы

Вопрос № 20 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Экономическая добавленная стоимость (EVA) по своей природе – это часть...

1)	выручки от продаж	2)	дохода
3)	операционной прибыли	4)	чистой прибыли

Вопрос № 21 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Источником добавленной экономической стоимости (EVA) ...

1)	материальные активы предприятия	2)	нематериальные активы предприятия
3)	эффективная рыночная деятельность	4)	акционерный капитал предприятия

Вопрос № 22 ( ☐ - выберите один вариант ответа)

Вклад бренда (brand contribution) – это...

1)	степень влияния бренда на привлекательность брендового товара для потребителей	2)	степень влияния бренда на потребителей в процессе принятия ими решения о покупке
3)	степень влияния бренда на прибыль предприятия	4)	степень влияния бренда на уменьшение рисков бизнеса

Вопрос № 23 ( ☐ - выберите несколько вариантов ответа)

Вклад бренда (brand contribution) рассчитывается...

1)	методом экспертных оценок	2)	методом факторного анализа
3)	методом множественной регрессии	4)	методом конджойнт-анализа

Вопрос № 24 ( ◯ - выберите один вариант ответа)

Сила бренда (brand strength) – это...

1)	степень влияния бренда на привлекательность брендового товара для потребителей	2)	степень влияния бренда на потребителей в процессе принятия ими решения о покупке
3)	степень влияния бренда на прибыль предприятия	4)	степень влияния бренда на уменьшение рисков бизнеса

Вопрос № 25 ( ◯ - выберите один вариант ответа)

Сила бренда (brand strength) рассчитывается...

1)	методом экспертных оценок	2)	методом факторного анализа
3)	методом множественной регрессии	4)	методом конджойнт-анализа

Вопрос № 26 ( ◯ - выберите один вариант ответа)

Кумулятивная стоимость бренда – это...

1)	накопленная стоимость за последний предпрогнозный год и прогнозный период	2)	накопленная стоимость за прогнозный период
3)	стоимость за последний год прогноза, умноженная на число лет прогноза	4)	накопленная стоимость за постпрогнозный период

Вопрос № 27 ( ◯ - выберите один вариант ответа)

Приведенная стоимость остатка – это...

1)	накопленная стоимость за последний предпрогнозный год и прогнозный период	2)	накопленная стоимость за прогнозный период
3)	стоимость за последний год прогноза, умноженная на число лет прогноза	4)	накопленная стоимость за постпрогнозный период

Вопрос № 28 ( ◯ - выберите один вариант ответа)

В формуле Гордона  $g$  – это долгосрочный темп роста денежных потоков компании...

1)	в прогнозный период	2)	за последний год прогноза
3)	за пределами прогнозного периода	4)	от первого года прогноза до бесконечности

Вопрос № 29 ( ◯ - выберите один вариант ответа)

Приведенная стоимость остатка по методике компании Interbrand рассчитывается по формуле...

1)	фон Неймана-Моргенштерна	2)	Гордона
3)	Линденманна	4)	бесконечного аннуитета

Вопрос № 30 ( ◯ - выберите один вариант ответа)

Приведенная стоимость остатка по методике компании Brand Finance рассчитывается по формуле...

1)	фон Неймана-Моргенштерна	2)	Гордона
3)	Линденманна	4)	бесконечного аннуитета

## 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, 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).

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 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-	<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

	осязательно-слуховой	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-осязательно-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 7.2. – 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, гиперссылки)	+	+
	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	<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.