МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

ИМИДЖМЕЙКИНГ

Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) программы	«Реклама и связи с общественностью в бизнесе»
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ 4
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 5
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА 7
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 8
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ: 8
5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС 9
5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ 10
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ 11
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 13
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 15
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 16
ПРИЛОЖЕНИЯ: КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

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

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

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-14	Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК-16	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

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-7) –2	Имиджмейкинг	Знать: содержание основных этапов коммуникационной кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью З2(ПК-7). Уметь: использовать знания требований к содержанию основных этапов коммуникационной кампании при решении задач, связанных с планированием, подготовкой и проведением коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламной деятельности и связях с общественностью У2(ПК-7). Владеть: прочными навыками планирования, подготовки и проведении коммуникационной кампании и мероприятий по позиционированию и репозиционированию бренда для коммерческих организаций В2(ПК-7)
Второй уровень (углубленный) (ПК-14) –2		Знать: особенности рекламы как сферы профессиональной деятельности З2(ПК-14). Уметь: оценивать профессиональные качества специалиста в области рекламы У2(ПК-14). Владеть: критериями построения имиджевой стратегии в области рекламы В2(ПК-14).

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	**2**	**3**
Второй уровень (углубленный) (ПК-16) –2		Знать: особенности основных видов рекламной продукции, преимущества и недостатки традиционных и современных средств рекламы, а также технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов З2 (I) (ПК-16). Уметь: использовать оптимальные приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в соответствии с поставленной задачи У2 (I) (ПК-16). Владеть: различными методами организации подготовки к выпуску, производству и распространению имиджевой рекламной продукции В2 (I) (ПК-16).

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

– рассматривает основные этапы рекламной кампании и рекламных мероприятий;

– выбирает оптимальные приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в соответствии с поставленной задачи;

– анализирует, планирует, реализует и оценивает эффективность рекламной кампании и рекламных мероприятий с точки зрения соблюдения этических норм.

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 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**
Тема 1. Предмет имиджелогии как науки. Имидж в системе коммуникации. Психологические особенности формирования	Текущий контроль	Имиджа в структуре мира. Значение в бизнесе.	ПЗ: имидж-кейс СЗ: Коллоквиум на тему «Имидж в системе коммуникации»	устная

имиджа				
Тема 2. Виды имиджей. Этапы формирования имиджа. Объекты и методы формирования имиджа. Имиджмейкер как профессия	Текущий контроль	Типология имиджа. Технологии формирования.	СЗ: Проблемный семинар ПЗ: Деловая игра КТ1: контрольная работа	письменная
Тема 3. Индивидуальный имидж. Самопрезентация	Текущий контроль	Роль и структура персонального имиджа. Алгоритм формирования.	СЗ: Групповой тренинг	письменная
Тема 4. Корпоративный имидж. Структура и компоненты имиджа. Имидж и репутация	Текущий контроль	Технологии формирования корпоративного имиджа. Этапы имиджевой кампании.	СЗ:Сравнительный анализ корпоративного имиджа КТ2: Проект.	письменная
Все темы	**Промежуточная аттестация**	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы	устная
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1. Знать: Основные этапы коммуникационной имиджевой кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью. Вопрос 2. Уметь: Осуществлять проектирование имиджевой коммуникационной кампании. Вопрос 3. Владеть: Навыками построения имиджевой стратегии в области рекламы	Вопросы к ГИА	-

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	Единичное высказывание	Высказывание суждений,	Высказывание неординарных

		в работе на занятии		активное участие в работе на занятии	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 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;

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
				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 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
Имидж-кейс	Крупный холдинг расположен в городе с 500-тысячным населением в Поволжском регионе. Это один из крупнейших холдингов в стране состоит из 6 тыс. работников и находится в месте своего нынешнего расположения в течение последних 15 лет. Однако, несмотря на эти показатели, руководство компании полагает, что компания не добилась позитивного имиджа и надежной репутации в местном сообществе. Руководитель отдела по связям с общественностью получает задание подготовить новый план проведения имидж-мероприятий на ближайший финансовый год. Первая из выработанных им рекомендаций заключается в том, чтобы провести исследование того, как местное сообщество воспринимает имидж компании. Если бы вы были руководителем отдела по PR, какие методы исследовательской работы вы стали бы использовать? Какого рода информация об имидже компания должна быть собрана?
Коллоквиум на тему «Имидж в системе коммуникации»	Вопросы: 1.Имидж в структуре мира. 2.Имидж в современном бизнесе. 3.Управление имиджем. 4.Имиджевая коммуникация. 5.Имидж неформальных движений. 6.Имиджелогия как теория естественных иерархий.
Проблемный семинар	Вопросы к семинару: 1. Возможно ли с неудачным названием фирмы создать ее положительный имидж? 2. В чем и как проявляется фирменный стиль? 3. Значимость качества продукции для внешнего имиджа. 4. Сенсорное восприятие имиджа. 5. Реклама как инструмент в создании имиджа. 6. Для чего нужна благотворительность? 7. Бренд как составляющая имиджа. 8. Роль паблисити и отношение со СМИ для фирмы. 9. Проблемы корпоративных изданий. 10. Проблемы корпоративного гостеприимства.

	11. Ошибки имиджевых фотографий.
Деловая игра	Деловая игра «Корпоративный имидж»: Этап 1. Формирование команды имидж-агентства. Этап 2. Исследование имиджа товара базисного PR-субъекта. Этап 3. Исследование целевых аудиторий базисного PR-субъекта. Этап 4. Исследование имиджа руководителя и персонала PR-субъекта. Этап 5. Исследование имиджа базисного PR-субъекта в СМИ. Этап 6. Исследование корпоративной культуры базисного PR-субъекта. Этап 7. Исследование социального имиджа базисного PR-субъекта. Этап 8. PR-стратегия по совершенствованию корпоративного имиджа базисного PR-субъекта.
Групповой тренинг	Имитация особой учебно-экспериментальной обстановки, позволяющей студентам освоить нестандартные подходы к решению имиджевых проблем, используя новые техники и тактики, излагаемые преподавателем и демонстрируемые в ходе занятия.
Сравнительный анализ корпоративного имиджа	Вопросы для анализа имиджа двух фирм: – Коммуникационный аудит – Имиджевая политика фирмы – Внутренняя кадровая политика – Имиджевые технологии, инструментарий.

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС

Контрольная точка №1 - Контрольная работа.

Задание: ответьте на вопросы по теме: «Типология имиджа и этапы имиджмейкинга».

Вопросы для подготовки:

1. Типологии и варианты имиджа.
2. Особенности и характеристики имиджа.
3. Принципы и факторы, влияющие на формирование имиджа.
4. Имидж как символический образ. Не противоречит ли это определение семиотическому определению имиджа как символической структуры?
5. Почему в свете задач исследования имиджа нецелесообразно представлять три компонента «Я-концепции» (идеальное Я, реальное Я и зеркальное Я) в виде модальностей?
6. Что такое «образ себя для других»?
7. Всегда ли создание имиджа подчинено цели повышения самооценки?
8. Чем обусловлена множественность имиджей?
9. Понятие имиджевой коммуникационной кампании.
10. Этапы имиджстроительства.

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 обучающимся выделяется один академический час.

Методические рекомендации по подготовке:

– повторение лекционного материала;

– использования рекомендуемой литературы, приведенной в разделе 9.1. рабочей программы дисциплины;

– посещение консультаций преподавателя.

Контрольная точка №2 – Проект

Задание: разработать собственный имиджевый проект компании на основе оценки следующих критериев:

– Проблема имиджа фирмы
– Стратегическое планирование имиджевой кампании
– Целевые аудитории
– Этапы кампании
– Методы исследования
– Соответствие результатов поставленным задачам, масштабу, включая наличие качественных изменений в заявленных аудиториях.
– Оригинальность идей и подходов к решению проблемы, нестандартность в выборе тактических решений
– Коммуникационные технологии
– Масштабность кампании
– Обзор использованных методов, приемов и имидж-технологий
– Медиапланирование. Работа со СМИ
– Оптимальность соотношения затрат и полученных результатов
– Степень реализации проекта
– Частота упоминания в прессе
– Улучшение имиджа компании на рынке по отношению к конкурентам.

Методические рекомендации:

На защиту обучающимся отводится не более 10 минут, 3 минуты – на вопросы по презентации, далее студенты получают развернутую оценку.

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

Методические рекомендации по подготовке:

Обучающиеся самостоятельно оптимизируют деятельность выбранной организации, которую проанализировали.

Презентация должна содержать краткие тезисы выступления, рисунки и таблицы, на которые опирается докладчик в своих выводах. Количество слайдов 10-15.

5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Перечень вопросов к экзамену:

1. Понятие имиджа, имиджелогии, имиджмейкинга.
2. Имидж и смежные понятия: образ, стереотип, реклама.
3. Алгоритм формирования имиджа: универсальная модель.
4. Понятие персонального брендинга: технологии создания.
5. Типологии имиджа. Особенности и характеристики имиджа.
6. Вербальный и паравербальный имидж: специфика формирования.
7. Самопрезентация в современном мире: требования, этапы и особенности.
8. Средовой имидж: понятие, содержание, принципы формирования.
9. Эффективный самомаркетинг: понятие, требования.
10. Роль эмоциональных контактов в формировании имиджа и репутации.
11. Техники сохранение и защиты имиджа.
12. Персональная имиджевая программа: имидж-карта, имидж-кейс.
13. Понятие Я-концепции.
14. Структурные модели корпоративного имиджа: авторские подходы и компоненты.
15. Основные этапы коммуникационной имиджевой кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью.

16. Основные этапы коммуникационной имиджевой кампании при решении задач, связанных с планированием, подготовкой и проведением коммуникационных кампаний.
17. Мероприятия по позиционированию и репозиционированию бренда для коммерческих организаций.
18. Особенности рекламы как сферы профессиональной деятельности.
19. Профессиональные качества специалиста в области рекламы и связей с общественностью.
20. Системный анализ профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.
21. Критерии построения имиджевой стратегии в области рекламы и СО.
22. Особенности основных видов рекламной продукции, преимущества и недостатки традиционных и современных средств рекламы.
23. Технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов.
24. Оптимальные приемы и методы организации выпуска и распространения имиджевой рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в соответствии с поставленной задачи.
25. Имидж, ориентированный на самоощущение.
26. Индивидуальный и профессиональный имидж: понятие, принципы формирования.
27. Территориальный имидж: структура, компоненты.
28. Роль нейминга в построении корпоративного имиджа.
29. Имидж на рынке труда. Профессиональная карьера.
30. Имиджбилдинг при поиске работы.
31. Имидж в шоу-бизнесе. Особенности построения.
32. Политический и геополитический имидж. Специфика и принципы построения.
33. Кинетический имидж: понятие и особенности формирования.
34. Причины деструкции имиджа.
35. Особенности имиджбилдинга в деловой коммуникации.
36. Понятие имиджелогической компетентности.
37. Терминологический анализ по курсу.
38. Овеществленный имидж. Специфика построения.
39. Имидж и репутация. Сравнительный анализ, структура.
40. Имидж, ориентированный на восприятие.
41. Имиджевая реклама. Понятие. Принципы создания.
42. Корпоративный имидж. Этапы формирования.
43. Габитарный имидж: понятие, особенности построения.
44. Ментальный имидж: понятие, специфика создания.
45. Бизнес-имидж: понятие, особенности построения.
46. Имиджменеджмент. Методы управления имиджем.
47. Индивидуальный стиль и имидж. Алгоритм создания.
48. Имидж в разных контекстах.
49. Особенности построения имиджа молодого специалиста на рынке труда.
50. Понятие имидж-проекта, этапы разработки и реализации.

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).

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 сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

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

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

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

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

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

– посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

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

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

Промежуточная аттестация обучающихся Университета является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

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

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

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

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

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

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

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

	восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
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 зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	– визуально-кинестетические; – аудио-визуальные; – аудиально-кинестетические; – аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

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

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям		**Образовательные ресурсы**				
		Электронные				**Печатные**
		мультимедиа	**графические**	**аудио**	**текстовые, электронные аналоги печатных изданий**	
С 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

определении его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

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

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

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