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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

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
2021

Содержание

1. Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины 3
2. Структура ФОС по дисциплине 3
3. Показатели и критерии оценки компетенций 5
4. Шкала оценивания результата 7
5. Перечень заданий по дисциплине 8
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания 12
7. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями 14

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

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.4. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-5 Способен проводить маркетинговые исследования, исследования целевых аудиторий и групп общественности	ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

2. Структура ФОС по дисциплине

Проведение оценки осуществляется путем сопоставления продемонстрированных обучающимся результатов освоения компетенций с заданными критериями.

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

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование тем	**Формы текущего контроля успеваемости** **Формы промежуточной аттестации**	**Объекты оценивания**	**Вид занятия / Наименование оценочных средств**	**Форма проведения оценки** **Устная/письменная**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Тема 1. Концепция	Текущий	Интегрированные	ПЗ: Дискуссия	Устная

интегрированных коммуникаций: теоретические основы	контроль	маркетинговые коммуникации: история возникновения. Предпосылки востребованности концепции ИМК. Преимущество интегрированного подхода к продвижению. Определение интегрированных маркетинговых коммуникаций: научные подходы.		
Тема 2. Ключевые понятия. Основные составляющие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эволюция теоретических подходов к описанию интегрированных коммуникаций.	Текущий контроль	Важнейшие понятия. Составляющие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Синергетический эффект в коммуникациях, условия его возникновения. Переход от концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций к более широкому пониманию интегрированных коммуникаций. Типы сообщений, которые необходимо контролировать в рамках комплекса ИК. Запланированные, предполагаемые, незапланированные и поддерживаемые сообщения.	ПЗ: Доклады-сообщения, Дискуссия	Устная
Тема 3. Элементы комплекса интегрированных коммуникаций: рабочий инструментарий	Текущий контроль	Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций. Реклама. Связи с общественностью. Стимулирование сбыта. Прямой маркетинг. Личные продажи. Организация событий. Выставочная деятельность. Подходы к классификации прикладных коммуникаций. Роль PR, рекламы и других инструментов в системе интегрированных коммуникаций.	ПЗ: Доклады-сообщения	Устная
Тема 4. Планирование интегрированных коммуникаций как стратегическая деятельность	Текущий контроль Рубежный контроль	Интегрированные маркетинговые коммуникации: стратегический аспект. Целеполагание в управлении коммуникациями. От коммуникативной цели – к формулировке ключевых сообщений и далее к выбору инструментов ИМК. Последовательность разработки плана коммуникаций. Интегрированные коммуникации в комплексе продвижения. Методы обеспечения единства	ПЗ: Доклады-сообщения ПЗ: Контрольная работа 1	Устная, Письменная

		коммуникаций.		
Тема 5. Организационные и психологические аспекты интегрированных коммуникаций	Текущий контроль	Интеграция корпоративных коммуникаций. Обоснование необходимости изменений в управлении коммуникациями субъекта. Формулировка KPI. Переговоры с заказчиком. Оценка результативности интегрированных коммуникаций. Факторы, препятствующие реализации комплекса ИК. Преодоление типичных проблем, связанных с внедрением ИК в организации.	ПЗ: Деловая игра	Устная
Тема 6. Особенности интеграции разных типов коммуникаций	Текущий контроль Рубежный контроль	Digital и offline: интеграция сетевых и традиционных коммуникаций. Омниканальность. Сетевые коммуникации в комплексе продвижения. Использование нетрадиционных и неофициальных каналов в интегрированных коммуникациях. Партизанская реклама. Использование неформальных коммуникаций в целях продвижения. Вирусные сообщения.	ПЗ: Дискуссия ПЗ: Итоговая презентация	Устная, Письменная
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1 (знать). Интегрированные коммуникации: синергетический эффект, инструменты, типы сообщений. Вопрос 2 (уметь): Особенности интеграции разных типов коммуникаций. Принципы выбора элементов комплекса интегрированных коммуникаций. Вопрос 3 (владеть): Выбор инструментов ИМК реализации задач по продвижению продукта/бренда применительно к конкретной ситуации.	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 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 освоена. Студент не владеет необходимыми знаниями.	Компетенция не освоена. Обучающийся частично показывает знания, входящие в состав компетенции, понимает их	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и	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

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
	необходимость, но не может их применять.	использовать основную (важную) информацию из полученных знаний		принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональн ой 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 **традиционная форма аттестации/ балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

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**
Деловая игра	Тема: «Взаимодействие отделов компании для достижения синергии»
Дискуссия	Темы: • Выбор инструментов ИК-кампании для выбранного рынка / корпорации. • Определение принципов взаимодействия отделов, участвующих в ИК-кампании. • Аргументация выбора страны для выхода на ее рынок и проведения ИК-кампании. • Достигнуты ли цели интегрированной коммуникационной кампании? • Присутствует ли в кампании «эффект синергии», и в чем он заключается? • Что Вам кажется наиболее эффективным рекламным инструментом в данной кампании? • Что бы Вы добавили в данную ИК-кампанию?
Доклады-сообщения	Темы докладов: 1. Страны Западной Европы: особенности менталитета и восприятия информации в контексте выбора инструментария ИК-кампании, удачные и неудачные кейсы 2. Китай: особенности менталитета и восприятия информации в контексте выбора инструментария ИК-кампании, удачные и неудачные кейсы 3. Ближний Восток: особенности менталитета и восприятия информации в

	контексте выбора инструментария ИК-кампании, удачные и неудачные кейсы 4. Азия: особенности менталитета и восприятия информации в контексте выбора инструментария ИК-кампании, удачные и неудачные кейсы 5. Латинская Америка: особенности менталитета и восприятия информации в контексте выбора инструментария ИК-кампании, удачные и неудачные кейсы 6. Стратегия и тактика сообщения ИК-кампании 7. Стратегия и тактика элементов комплекса продвижения ИК-кампании 8. Карта аудиторий ИК-кампании 9. Бюджетирование ИК-кампании 10. Человеческие ресурсы в ИК-кампании

5.2. Контрольные точки БРС

Контрольная точка 1: контрольная работа, включающая терминологический диктант и ответ на два вопроса из списка.

Задание 1 контрольной работы на понимание терминов (терминологический диктант)

Аудитория целевая — конкретная группа людей с определенными демографическими, географическими, психологическими, поведенческими и другими характеристиками, являющаяся объектом деятельности специалиста по связям с общественностью.

Аффилирование — добровольное или вынужденное превращение мелкой фирмы в филиал более крупной.

Глобализация — процесс взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер общественной жизни в области международных отношений, основанный на беспрепятственном перемещении капитала, на информационной открытости мира, на быстром технологическом обновлении, на понижении тарифных барьеров и либерализации движения товаров и капитала, на коммуникационном сближении, планетарной научной революции, межнациональных социальных движениях, новых видах транспорта, реализации телекоммуникационных технологий, интернациональном образовании.

Диверсификация — расширение спектра предлагаемых услуг.

Доля рынка — удельный вес продажи данного товара на рынке в общем объеме рынка товаров, который отражает конкурентную роль товара.

Емкость рынка — показатель, характеризующий способность рынка поглотить (приобрести) некоторый объем товаров при определенных условиях за какой-то отрезок времени (см. потребительский потенциал рынка).

Интеграция — процесс объединения усилий различных подсистем (подразделений) для достижения целей организации.

Казуальные исследования — выявление причинно-следственных связей в рыночной деятельности, моделирование закономерностей и тенденций развития рынка.

Кейс — история или случай; в практике деятельности служб по связям с общественностью — рассказ о положительном опыте использования потребителями популярных продуктов, услуг компании или же об успешном разрешении проблемных ситуаций.

Интегрированные коммуникации — это концепция управления коммуникацией той или иной структуры, которая основывается на следующих принципах:

- отношение ко всем коммуникациям и их интеграция в различных средах и с помощью разных коммуникативных технологий (PR, реклама, маркетинг,

стимулирование сбыта, организация мероприятий и др.) на основе согласованного подхода;

- учет всех основных источников информации об организации и предметах ее деятельности (в том числе неорганизованных);
- равноправный подход к управлению коммуникацией со всеми группами, важными для организации (потребителями, акционерами, властью, инвесторами, персоналом, и др.) — как внутри самой организации, так и вовне;
- возможность использования согласованных, но различных сообщений для различных аудиторий;
- осуществление управления коммуникацией на основе полученных данных (об аудитории, потребителе, потребительском поведении, конкурентах, учете различных факторов рынка и т.д.)
- описание процесса стратегического менеджмента, при котором управление коммуникацией осуществляется на основе полученных данных (об аудитории, потребителе, потребительском поведении, конкурентах, учете различных факторов рынка и т.д.)

Легенда — история, которая придает солидность, надежность, способствует вербальной, а затем и внутренней осязаемости фирмы, облегчает диалог между фирмой и потребителями. Легенда — это не обязательно выдумка, она может представлять собой реальные события, поданные определенным образом.

Масштаб рынка — объем операций по купле-продаже товара (товарооборот), число предприятий различных типов, выступающих на рынке.

М**атрица БКГ (Бостон Консалтинг Групп) —** инструмент анализа стратегических позиций предприятий/подразделений, при котором выделяются успешно развивающиеся лидирующие бизнес-единицы («Звезда»), накапливающие ресурсы «Дойная корова»), находящиеся в неустойчивом положении («Трудный ребенок») и имеющие плохие перспективы («Собака»).

Матрица конкуренции (матрица М. Портера) — инструмент анализа конкурентного взаимодействия, которая позволяет последовательно оценивать конкурентную борьбу между предприятиями/фирмами, соперничество среди различных поставщиков/продавцов и клиентов/покупателей, а также соперничество между покупателями и продавцами, потенциальную возможность появления на рынке новых конкурентов и товаров-заменителей (субститутов).

Матрица Портера (модель движущих сил конкуренции) — пространственная модель, отражающая варианты конкурентного давления на фирму.

Мозговой штурм — (англ. Brain-storm) — один из методов экспертных оценок, полученных в процессе коллективного обсуждения группой специалистов выдвинутых ими идей и оценок, где близость оценок достигается путем заранее подготовленной и направляемой координатором открытой дискуссии.

Маркетинговые коммуникации интегрированные — комплекс коммуникаций, включающий в себя: рекламу, продвижение продаж, прямой маркетинг, связи с общественностью, стимулирование сбыта.

Позиционирование — процесс определения на основе исследований наиболее верного образа организации или товара в представлении целевой аудитории.

Прогнозирование рынка — процесс научно-обоснованного предсказания изменений рынка в будущем на основе изучения причинно-следственных связей, тенденций и закономерностей.

Сигнальная (предупреждающая) информация — оперативные сведения о произошедших и или предстоящих изменениях в рыночной ситуации; оперативная характеристика возможного неблагоприятного развития ситуации на рынке; вид прогноза, который составляется в описательной форме на основе анализа отчетных данных, информации торговых корреспондентов, экспертных оценок, визуального наблюдения за покупками.

Тестирование рынка — 1) оценка качества товара путем опроса потребителей; 2) обобщенная качественная характеристика тенденций развития рынка, которая определяется путем расчета средней арифметической из трех полученных на основе опросов оценок тенденции рынка (подъем, стабильность, спад); каждой из оценок присваивается балл в зависимости от характера тенденции.

Тренд — графическая или математическая характеристика основной тенденции динамического ряда; линия, выражающая основную тенденцию развития.

Цель корпоративная (видение, стратегическая цель) — описание корпорации в будущем, при наличии реальных дел, которые помогут осуществить эти достижения. Видение, как правило, описывает то, к чему стремится корпорация.

Цикличность развития рынка — регулярно повторяющиеся во времени колебания его динамических изменений и тенденций.

Экспертные оценки/прогнозы — мнения, оценки и прогнозы, которые высказываются специально подобранными группами высококвалифицированных и авторитетных специалистов; при соблюдении соответствующей процедуры, согласованные/средние оценки, как правило, адекватны изучаемому явлению или процессу; широко используется в прогнозировании и анализе рынка.

Задание 2 контрольной работы. Перечень вопросов.

1. Каковы различия между традиционным и интегрированным подходами к организации маркетинговых коммуникаций?
2. Каковы основные предпосылки возникновения концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций?
3. В чем основные ограничения использования методов оценки эффективности ИК?
4. Каковы различия между понятиями «интегрированные коммуникации» и «интегрированные маркетинговые коммуникации»?
5. Назовите проблемы, связанные с определением бюджета на коммуникации для нового товара.
6. В каких случаях организациям предпочтительнее использовать ИМК-подход, нежели интегрированные коммуникации?
7. В чем состоят достоинства и недостатки различных методов определения бюджета на ИК?
8. Назовите преимущества ИК перед ИМК
9. Что такое синергетический эффект?
10. Каковы факторы, влияющие на определение общего размера коммуникационного бюджета организации.
11. Перечислите основные инструменты ИК. Укажите основные преимущества и недостатки каждого инструменты.
12. Объясните, почему процесс стратегического планирования должен начинаться с миссии компании.
13. В чем основные различия между запланированными, предполагаемыми, поддерживаемыми и незапланированными сообщениями?

14. В чем заключаются преимущества интеграции?
15. Приведите собственные примеры незапланированных сообщений в практике профессионального коммуникатора.
16. Перечислите основные коммуникационные решения, определяемые посредством стратегического планирования.
17. В чем заключаются преимущества использования PR в качестве интегрирующей функции?

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 обучающимся выделяется один академический час.

Требования к структуре ответа: необходимо дать полные, корректные и максимально точные определения понятий; определение не должно быть избыточным и должно однозначно указывать на предмет или явление, которое обозначается данным термином.

Методические рекомендации по подготовке:

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

Контрольная точка 2: Итоговая презентация

Тема: Планирование проекта кампании интегрированных коммуникаций, инициированной выбранной студентом на первом практическом занятии компанией среднего или крупного бизнеса, которая сопровождает выход этой компании на зарубежный рынок.

Защита выполненного проекта кампании интегрированных коммуникаций, инициированной выбранной студентом на первом практическом занятии компанией среднего или крупного бизнеса, которая сопровождает выход этой компании на зарубежный рынок. Кампания состоит из краткой аннотации, ситуационного анализа, первичного исследования, сегментации и выделения целевой аудитории, постановки маркетинговых целей и определения коммуникационных задач, стратегических и тактических решений относительно креативной стратегии (стратегии сообщений), относительно выбора инструментов коммуникаций, конкретных носителей (медиа-стратегия) и предлагаемых алгоритмов оценки результатов. Объем работы: 15 текстовых страниц, которые не включают титульный лист, оглавление, аннотацию, таблицы и сноски, которые относятся к приложениям к работе. Отдельно выполняется презентация работы в PowerPoint.

Методические рекомендации

Требования к структуре ответа: полнота и корректность.

Методические рекомендации по подготовке:

– повторение лекционного материала;
– использования рекомендуемой литературы, приведенной в разделе 9.1. рабочей программы дисциплины;
– посещение консультаций преподавателя.

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

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

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

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

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

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

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

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

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

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

занятиях.

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

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

Формирование оценки текущего контроля успеваемости 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

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 **при необходимости обеспечивающих коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц**.

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

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

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

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

	слуховой	
С нарушениями слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	*визуально-кинестетические*, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: *аудио-визуальные*, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; *аудиально-кинестетические*, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; *аудио-визуально-кинестетические*, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по 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.