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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины

БРЕНДИНГ

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 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.*

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
Профессиональные задачи: Технологические	ПК-7 Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	ПК-7.2. Владеет современными технологиями организации и подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции

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 и Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/письменная
1	2	3	4	5
Тема 1. Понятие брендинга. Структура и разновидности бренда.	Текущий контроль	Определение понятий «бренд», «торговая марка» и «товарный знак». Определение понятия «брендинг». Теория эволюции брендинга. Модель «колесо	ПЗ / Решение кейса, опрос	устная

		бренда»: атрибуты, выгоды, ценности, индивидуальность и суть брендов «Yumm Pizza», «Papa John's». Товар и бренд: сходства, различия, характеристики		
Тема 2. Процесс создания бренда.	Текущий контроль	Этапы разработки торговой марки. Пирамида марки. Концепция торговой марки. Система стратегических образов торговой марки. Идентификация торговой марки. Ошибки при создании торговой марки. Функции торговой марки.	ПЗ/ Решение кейса	устная
Тема 3. Коммуникативные, семиотические и социально-психологические аспекты брендинга.	Рубежный контроль	Составляющие коммуникационного процесса бренда и их функции. Взаимосвязь бренда с экономическими категориями «потребность», «спрос» и «предложение» на примере бренда стартапа Air B'n'B. Факторы, воздействующие на механизм взаимоотношений «бренд-потребитель».	ПЗ / Решение кейса КТ№1 Контрольная работа	письменная
Тема 4. Технологии брендинга.	Текущий контроль	Позиционирование торговой марки и бренда. Процесс формирования отношений брендинга. Участие рекламных агентств в разработке и реализации стратегии развития брендов.	ПЗ/ опрос	устная
Тема 5. Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом.	Текущий контроль	Формирование стратегии управления активами бренда. Формирование стратегии коммуникаций бренда. Организационное моделирование в управлении брендингом.	ПЗ// Анализ конкретных ситуаций, опрос	устная
Тема 6. Содержание и атрибуты бренда.	Текущий контроль	Тенденции брендинга XX1 века. Условия и особенности развития брендинга в России. Индивидуальность бренда и ее характеристики. Проблема защиты от подделок и имитаций брендов. Бренд как объект мифотворчества	ПЗ// Анализ конкретных ситуаций, опрос	устная
Тема 7. Корпоративные формы развития бренда.	*Рубежный контроль* Текущий контроль	Компании с самостоятельными торговыми марками. Товарные бренды. Факторы, влияющие на географическое распространение марок. Понятие мультимарки. Международный аспект процесса глобализации марок. Потребность в глобальных марках. Управление международным портфелем	Практическое занятие/ КТ№2 Анализ конкретных ситуаций	Письменная/устная

		торговых марок (на примере Группы Томпсон). Особенности рекламирования международной торговой марки.		
Тема 8. Алгоритм разработки бренда.	Текущий контроль	Понятие идентичности бренда, структура идентичности бренда. Принципы разработки содержательных составляющих идентичности.	ПЗ/ решение практических задач	устная
Тема 9. Практика разработки названия для бренда.	Текущий контроль	Типология и выбор типа названия для бренда.	ПЗ/ Решение практических задач	устная
Тема 10. Выбор ключевых визуальных констант.	Текущий контроль	Визуальные метафоры, графические знаки, знаки индивидуальности бренда, фирменные цвета бренда). Разработка гайдбука. Разработка креативного брифа.	ПЗ/ Анализ конкретных ситуаций	устная
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1 (знать). Специфика процесса создания бренда. Вопрос 2 (уметь): Основные технологии разработки и анализа существующего бренда. Вопрос 3 (владеть): Дать анализ конкурентных брендов в выбранной нише рынка для разработки позиционирования ТМ.	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	Выполнено	Выполнено	Выполнено от	Выполнено

	практических/семинарских занятиях	менее 54%	выше 54% до 69 %	70% до 84 %	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; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных

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
				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, итоговый результат формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	Незачет
>55	Зачет

5. Перечень заданий по дисциплине

5.1. Задания для текущего контроля:

Таблица - 5.1.1. Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	**Содержание задания**
Работа на лекциях	Написание конспекта лекции Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии, участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем умение отвечать на вопросы преподавателя по пройденному материалу. Работа на круглых столах и лекциях-дискуссиях
Опрос	Темы вопросов: 1. Приведите несколько определений термина «бренд». Как соотносятся следующие понятия: бренд, торговая марка, товарный знак? 2. В чем различие материальных и нематериальных активов компании? Приведите примеры материальных и нематериальных активов компании. 3. Как изменилась роль брендинга в компаниях за последнее время? В чем различие традиционной и современной концепции брендинга? 4. Назовите несколько современных авторских концепций брендинга и дайте им краткую характристику. В чем их отличие друг от друга и в чем их сходство? 5. В чем заключается значимость бренда для рынков b-to-c и b-to-b? Различаются ли типы отраслевых рынков по значимости брендинга? 6. Портфель бренда и архитектура бренда: в чем состоит различие этих понятий? Каким образом можно представить структуру портфеля брендов одной компании? 7. Для каких целей используется кобрендинг и какие задачи способен решать? 8. Что такое побуждающая роль бренда и как она учитывается при выработке решений по бренд-менеджменту? 9. Что такое частные торговые марки, можно ли применить к ним понятие «бренд»? Каковы особенности создания и продвижения частных торговых марок в сфере розничной торговли? Каковы тенденции их развития? 10. Что такое идентичность бренда? В чем состоит различие стержневой и расширенной идентичности бренда в концепции Д. Аакера? 11. Как разрабатывается система идентичности бренда? Как разрабатывается система реализации идентичности бренда? 12. Какие юридические критерии используются для оценки и выбора знаков идентификации брендов? 13. В чем сущность понятия «охраноспособный товарный знак». Как происходит регистрация товарного знака в России? Что такое «сходство

	товарных знаков до степени смешения»? 14. Каковы основные этапы разработки знаков идентификации бренда. 15. В чем состоит различие жизненного цикла товара и жизненного цикла бренда? Каковы стратегические задачи управления брендом? 16. Что такое капитал бренда? Как развивается бренд в контексте построения отношений с потребителями? 17. Что такое лояльность бренду и какие типы лояльности выделяют в современном брендинге? Каковы основные методы формирования лояльности бренду? 18. Что такое растяжение и расширение бренда, в чем их различие? Каковы преимущества и риски расширения бренда? 19. В чем состоит различие и сходство терминов: рестайлинг, ревиталайзинг, репозиционирование, ребрендинг? Приведите примеры рестайлинга бренда, репозиционирования бренда и ребрендинга. 20. Зачем нужен и как проводится комплексный аудит бренда? 21. Зачем нужен и как проводится аудит марочного портфеля компании? 22. Можно ли рассматривать создание бренда как инвестиционный проект? Приведите обоснование своего решения. 23. Какие методы применяются для оценки стоимости бренда? 24. Как оценивается стоимость брендов компанией Interbrand и какие бренды учитываются в ее рейтингах? 25. Какие бренды входят в топ-20 крупнейших мировых брендов? Какие важные изменения наблюдаются в последние годы в этом рейтинге?
Решение практических задач	Формулировки практических задач: 1. Разработка нейма для нового бренда. 2. Составление семантической карты бренда. 3. Работа с матрицей позиционирования. 4. Понятие идентичности бренда, структура идентичности бренда. Принципы разработки содержательных составляющих идентичности. 5. Типология и выбор типа названия для бренда.
Кейс	1. «Разработка бренда сети пиццерий Yumm Pizza». 2. Ошибки при создании торговой марки. 3. Факторы, воздействующие на механизм взаимоотношений «бренд-потребитель». 4 Позиционирование торговой марки и бренда.
Анализ конкретных ситуаций	Список конкретных ситуаций: 1.Формирование стратегии коммуникаций бренда. 2.Организационное моделирование в управлении брендингом. 3.Индивидуальность бренда и ее характеристики. 4.Проблема защиты от подделок и имитаций брендов. 5. Международный аспект процесса глобализации марок на примере брендов «McDonalds», «Samsung». Потребность в глобальных марках. 6. Управление международным портфелем торговых марок (на примере бренда «Unilever»). 7. Выбор ключевых визуальных констант: визуальных метафор, графических знаков, знаков индивидуальности бренда, фирменного цвета и т.д). Разработка гайдбука. Разработка креативного брифа.
Контрольная точка	**КТ 1 - Контрольная работа** проводится по пройденному материалу **КТ 2-** Анализ конкретной ситуации

5.2. Контрольные точки БРС

Контрольная точка № 1 *в форме теста (письменная).*

Вариант 1

1. Понятия бренд, торговая марка, товарный знак. Расставьте в порядке возникновения в бизнесе.

2. Перечислите направления аудита бренда.
3. Портфель бренда и архитектура бренда: в чем состоит различие этих понятий?
4. Кобрендинг, может ли существовать кобрендинг в пределах одной компании (да или нет)? Для каких целей используется кобрендинг?
5. Назовите основные этапы разработки нового бренда.
6. Атрибуты бренда – это
   а) его материальные активы;
   б) комплекс фирменного стиля;
   в) его стоимость.
7. Понятие «охраноспособный товарный знак»:
   а) требует охраны государства;
   б) может быть зарегистрировано.

8. Виды маркетинговых коммуникаций: стимулирование сбыта, личные продажи, реклама, взаимодействие со СМИ, пиар. Вычеркните ненужное.

9. Определите, что такое

Ребрендинг -

Ренейминг бренда –

10. Капитализация бренда – это

А) стоимость его материальных активов;

Б) Стоимость его материальных активов+нематериальных выгод;

В) Стоимость его акций на рынке.

Вариант 2

1) Приведите несколько определений термина «бренд».
2) Приведите примеры пар торговых марок, принадлежащих одной компании (при этом разные пары могут принадлежать разным компаниям), иллюстрирующих типы соотношений:
   а) «поддерживающий бренд – основной бренд»;
   б) «родительский бренд – суббренды»;
   в) «основной бренд – его брендированная выгода».
3) Приведите примеры словесных, изобразительных и комбинированных знаков идентификации бренда.
4) Что такое МКТУ?
5) Лояльность бренду – это…….
6) ИМК – это
   а) интегрированные маркетинговые коммуникации;
   б) интернациональные маркетинговые коммуникации;
   в) интегрированные международные коммуникации.

7) Назовите этапы регистрации торговой марки.

8) Идентичность бренда – это….

9) Определите, что такое

Рестайлинг бренда -

Репозиционирование бренда –

10. Бренд-капитал – это

А) стоимость материальных активов бренда;

Б) Стоимость его материальных активов+нематериальных выгод;

В) Стоимость его акций на рынке.

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 обучающимся выделяется один академический час.

Требования к структуре ответа: полнота и корректность.

Методические рекомендации по подготовке:

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

Контрольная точка 2 - Анализ конкретных ситуаций

Задание:

Продемонстрировать навыки использования следующих инструментов разработки бренда: модель колеса бренда, пирамида бренда, модели создания концепции бренда, анализ рынка и целевой аудитории (проблема, потребность, спрос, предложение).

Список (на выбор): Разработка выбранной темы включает создание с нуля нового бренда на существующем рынке с проведением анализа актуальных игроков рынка, анализа целевой аудитории (проблем, потребностей и т.д.).

1. Создание бренда IT стартапа (направления на выбор – электронная коммерция; CRM система; приложение доставки товаров).
2. Создание ритейл бренда (направления на выбор – сеть магазинов здорового питания; FMCG-бренд; товарный бренд)

Работа сдается в письменном виде и защищается в виде презентации (не менее 25 слайдов). Рекомендуется предоставляемую информацию подкреплять иллюстрациями

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 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

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.

<table>
<tr><th colspan="2">Категории обучающихся по нозологиям</th><th>Методы обучения</th></tr>
<tr><td rowspan="2">с нарушениями зрения</td><td>Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой</td><td rowspan="2">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.</td></tr>
<tr><td>Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой</td></tr>
<tr><td rowspan="2">С нарушениями слуха</td><td>Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный</td><td rowspan="2">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.</td></tr>
<tr><td>Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой</td></tr>
<tr><td>С нарушениями опорно-двигательного аппарата</td><td>Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой</td><td>– визуально-кинестетические;
– аудио-визуальные;
– аудиально-кинестетические;
– аудио-визуально-кинестетические.</td></tr>
</table>

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.

7.2. 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.

7.3. 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.