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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Направление подготовки/ Специальность	*42.03.01 Реклама и связи с общественностью*
Направленность (профиль) программы/ Специализация	*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 6
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА 8
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ...13
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 *дисциплине «Иностранный язык в профессиональной сфере»*.

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**
Коммуникация	*УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)*	*УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(ых) языке(ах),выстраивает стратегию устного и письменного общения в рамках межличностного и межкультурного общения*
Продукт профессиональной деятельности	*ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем*	*ОПК –1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ* *ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем*

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 *и/или разделов/тем*	**Формы текущего контроля успеваемости/ Формы промежуточной аттестации**	**Объекты оценивания**	**Вид занятия / Наименование оценочных средств**	**Форма проведения оценки Устная/ письменная**
Тема 1 Современные международные бренды и реклама	Текущий контроль	Понятие глобализации; особенности международных брендов и рекламы (персональные и коммерческие бренды); современные технологии развития и поддержания международного бренда; основы бизнес-коммуникация и рекламы на международном рынке (в стране изучаемого иностранного языка).	ПЗ: Устный опрос по теме «Современные международные бренды и реклама» /Анализ конкретных ситуаций по теме «Современные международные бренды и реклама»	Устная
Тема 2. Управление брендами на международном рынке	Текущий контроль	Понятие культуры; особенности межкультурной и межличностной коммуникации в бизнесе; современные техники управления брендом на международном рынке и размещения продукта в иноязычной культуре; создание рекламного контента с учетом культурных особенностей страны изучаемого иностранного языка и других медиапродуктов (текстов) с учетом культурных особенностей страны изучаемого иностранного языка.	ПЗ: Устный опрос по теме «Управление брендами на международном рынке» / Анализ конкретных ситуаций по теме «Управление брендами на международном рынке»	Устная
Тема 3. Конкуренция. Создание конкурентноспособного медиапродукта.	Текущий контроль	Понятие конкурентного преимущества; выполнение SWOT анализа и техники презентации; типология медиапродуктов и создание конкурентных медиапродуктов (текстов).	ПЗ: Устный опрос по теме «Конкуренция. Создание конкурентноспособного бренда»/Решение кейса опрос по теме «Конкуренци	Устная/письменная

			я. Создание конкурентноспособного бренда»	
Тема 4. Работа PR отдела и система медиарилейшнз	Текущий контроль	Виды организаций и типы управления; понятие и роль истории, миссии и ценностей компании; основные отделы в международной компании и работа PR отдела в частности; понятие системы медиарилейшнз; особенности коммуникации с представителями СМИ (на изучаемом иностранном языке); техника проведения пресс-брифингов.	ПЗ: Устный опрос по теме «Работа PR отдела и система медиарилейшнз»/Ролевая игра по теме «Работа PR отдела и система медиарилейшнз»	Устная/письменная
Тема 5. Медиапродукты (тексты) в сфере спорта	Текущий контроль	Навык создания пресс-релизов, бэкграундеров, новостной заметки, имиджевого интервью, сценария спортивного флэшмобна изучаемом иностранном языке в сфере спорта/спортивных событий.	ПЗ: Устный опрос по теме «Медиапродукты (тексты) в сфере спорта»/Проектно-аналитическая работа по теме «Медиапродукты (тексты) в сфере спорта»	Устная/письменная
Тема 6. Медиапродукты (тексты) в сфере туризма	Текущий контроль	Навык создания пресс-релизов, тревел-текстов, новостной заметки, имиджевого интервью, сценария для тревел-репортажа с видеоконтентом на изучаемом иностранном языке в сфере туристических событий.	ПЗ:Устный опрос по теме по теме «Медиапродукты (тексты) в сфере туризма»/ Проектно-аналитическая работа по теме по теме «Медиапродукты (тексты) в сфере туризма»	Устная/письменная
Тема 7. Медиапродукты (тексты) в сфере	Текущий контроль	Навык создания пресс-релизов, бэкграундеров, новостной заметки, имиджевого интервью,	ПЗ:Устный опрос по теме по теме по	Устная/письменная

автопромышленности		корпоративной газеты на изучаемом иностранном языке в сфере автопромышленности.	теме «Медиапродукты (тексты) в сфере автопромышленности»/ Проектно-аналитическая работа по теме по теме «Медиапродукты (тексты) в сфере автопромышленности»	
Тема 8. Медиапродукты (тексты) в гастрономической сфере	Текущий контроль	Навык создания пресс-релизов, бэкграундеров, рекламного описание продукта (блюда из меню), имиджевого интервью на изучаемом иностранном языке в гастрономической сфере.	ПЗ: Устный опрос по теме по теме «Медиапродукты (тексты) в гастрономической сфере»/ Проектно-аналитическая работа по теме по теме «Медиапродукты (тексты) в гастрономической сфере»	Устная/письменная
Все темы и разделы:	**Промежуточная аттестация**	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы	
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1. Вопрос на «знать» Вопрос 2.Вопрос на «уметь» Вопрос 3.Вопрос на «владеть»	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 практических/семинарских занятиях*	*Выполнено менее 54%*	*Выполнено выше 54% до 69 %*	*Выполнено от 70% до 84 %*	*Выполнено выше 85%*
2	*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*
3	*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,

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
				связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.

Базовый уровень освоения компетенций - обязательный для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины.

Повышенный уровень освоения компетенций - превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для обучающегося.

Продвинутый уровень освоения компетенций - максимально возможная выраженность компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования так и дополнительное к требованиям ОПОП освоение компетенций с учетом личностных характеристик:

- активное участие в конференциях, конкурсах, круглых столах и т.д. с получением зафиксированного положительного результата по вопросам, включенным в дисциплину;
- разработка и реализация проектов с применением компетенций, указанных в рабочей программе;
- демонстрирует умение применять теоретические знания для решения практических задач повышенной сложности и нестандартных задач;
- выполнение в срок всех поставленных задач.

4. Шкала оценивания результата

Таблица – 4.1. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
1 2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных

	точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **традиционная форма аттестации/ балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине за 3 семестр является зачет, итоговый результат формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	Незачет
>55	Зачет

Формой итогового контроля по дисциплине за 4 семестр 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**
Устный опрос	Типовые вопросы для проведения устных опросов: **Устный опрос по теме «Современные международные бренды и реклама»** 1. Что такое глобализация? Как она влияет на нашу жизнь и коммуникацию? 2. В чем состоят особенности персональных и коммерческих брендов? 3. Приведите примеры конфликтных ситуаций при бизнес-коммуникации с представителями страны изучаемого вами иностранного языка. Как можно избежать подобных конфликтов? **Устный опрос по теме «Управление брендами на международном рынке»:**

	1. Что такое культура в современном понимании? 2. Как глобализация повлияла на протокол бизнес-коммуникации и правила межкультурного общения в целом? 3. Каковы трудности создания медиапродуктов для международного рынка? **Устный опрос по теме «Конкуренция. Создание конкурентноспособного медиапродукта»** 1. Что такое качество продукта и как оно может влиять на конкурентные преимущества? 2. Какие типы медиапродуктов вы знаете? К каким сферам они относятся? 3. Какие техники создания медиапродуктов для международного рынка вы знаете? **Устный опрос по теме «Медиапродукты (тексты) в сфере спорта», «Медиапродукты (тексты) в сфере туризма», «Медиапродукты (тексты) в сфере автопромышленности», «Медиапродукты (тексты) в гастрономической сфере»:** 1. Назовите жанровые особенности и правила создания PR текстов (пресс-релиза, новостной заметки, бэкграундера, имиджевого интервью и т.д.) в различных сферах (спорт, туризм и т.д. согласно темам)
Анализ конкретных ситуаций	**Пример ситуации по теме «Современные международные бренды и реклама»:** 1. Внимательно проанализируйте схему создания потребительской лояльности к бренду. На основе своего потребительского опыта проанализируйте ваш любимый коммерческий бренд (любой сферы) **Пример ситуации по теме «Управление брендами на международном рынке»:** 2. Выберите топ 5 международных компаний с широкой известностью в мире. Проанализируйте примеры удачных/неудачных рекламных кампаний/создания медиапродуктов, направленных на продвижение продукции на международном рынке.
Решение кейса	**Типовой пример кейса по теме «Конкуренция. Создание конкурентноспособного медиапродукта»** *Компания «RacOOn» собирается запускать старт-ап по продаже одежды в интернет-магазине с выходом на международный рынок. Задача вашего отдела провести SWOT – анализ для вашей инициативы, предоставив максимально корректные данные по предполагаемому бюджету, товарообороту и прочим показателям. С учетом сложившейся ситуации на международном рынке, выберите страну, для начального этапа ввода вашего продукта, и обоснуйте ваш выбор (с учетом предоставления статистических данных по экономической и маркетинговой ситуации в выбранной вами стране)*
Ролевая игра	**Пример сценария ролевой игры по теме «Работа PR отдела и система медиарилейшнз»:** *Европейская компания по производству сумок планирует выход на международный рынок и локализацию продукта. Ваш PR отдел собирает*

	совещание по вопросу нахождения наиболее оптимальной стратегии продвижения товара в других странах (в странах изучаемого иностранного языка). Результаты вашего обсуждения необходимо представить в виде презентации своему куратору и членам совета директоров компании, а затем, в письменном виде – главе компании. *Предполагаемые роли:* 1. *Сотрудники PR отдела; менеджер PR отдела;* 2. *Куратор (топ-менеджер)* 3. *Члены совета директоров* 4. *Глава компании*
Проектно-аналитическая работа	**Схема проектно-аналитической работы по теме ««Медиапродукты (тексты) в сфере спорта», «Медиапродукты (тексты) в сфере туризма», «Медиапродукты (тексты) в сфере автопромышленности», «Медиапродукты (тексты) в гастрономической сфере»:** Проектно-аналитические работы для указанных тем выполняются согласно поэтапному выполнению элементов наполнения темы (написание пресс-релиза, новостной заметки, бэкграундера и т.д. на изучаемом иностранном языке с учетом стилистических, грамматических и лексических норм и правил создания PR текстов и тестов рекламы). Отдельным видом проектно-аналитической работы считается создание тревел-репортажа с видео-контентом. За основу создания подобного медиапродукта берется любой тревел-блог по выбору обучающихся. Задание может быть выполнено в групповом/парном формате.

5.2. Контрольные точки БРС

Контрольная точка №1

Типовое задание:

Предоставьте решение следующей кейс-задачи:

Постановка проблемы:

Известный бренд в Нью-Джерси, США, производит сумки высшего класса и аксессуары для путешествий. Их продукция обладает высоким качеством, традиционным дизайном и качеством. Недавно доля рынка компании в США сократилась. Одной из причин этого – возросшая конкуренции со стороны азиатских компаний, продающих аналогичные продукты по гораздо более низким ценам. Год назад руководство решило повысить продажи, выйдя на европейский рынок, ориентируясь изначально на европейские страны.

Задание:

1. Работа в небольших группах в качестве директоров компании.

Проведите неформальную встречу, рассмотрев преимущества и недостатки каждого из перечисленных вариантов. Выберите две маркетинговые стратегии, на которых Hudson должен сосредоточиться для расширения продаж на европейских рынках.

Контрольная точка №2

Проектно-аналитическая работа

1. Выберите топ-3 мировых компаний (из разных сфер деятельности). Проанализируйте их техники создания и продвижения конкурентноспособного бренда.
2. Выберите наиболее оптимальную технику создания конкурентноспособного бренда.
3. Результаты проекта предоставьте в виде презентации и устной защиты на иностранном языке.

Контрольная точка №3
Контрольная работа
Типовое задание:
Прочитайте и проанализируйте полученный текст. Определите жанр и тип PR-текста. Определите стилистические, грамматические и лексические особенности вашего текста. Ответ представьте в виде рецензии-эссе (на изучаемом иностранном языке).

Контрольная точка №3
Контрольная работа
Типовое задание:

Создайте конкурентноспособный медиапродукт (текст) на изучаемом иностранном языке в одной из сфер:

1. Туризм
2. Автомобильная промышленность.
3. Парфюмерия и косметическая промышленность.
4. Легкая промышленность (одежда и аксессуары)
5. Сфера общественного питания
6. Спорт-индустрия
7. Индустрия развлечений

5.3. Промежуточная аттестация

Вопросы к экзамену:
Типовой вопрос на «знать»

1. Назовите основные типы PR текстов. Обозначьте их особенности.
2. Назовите основные функции каждого типа PR-текста: пресс-релиз, бэкграундер, новостная заметка.
3. Назовите стилистические особенности PR текстов на изучаемом иностранном языке.
4. Назовите грамматические особенности PR текстов на изучаемом иностранном языке.
5. Назовите лексические особенности PR текстов на изучаемом иностранном языке.
6. Назовите основные нормы создания пресс-релиза на изучаемом иностранном языке.
7. Назовите основные нормы создания бэкграундера на изучаемом иностранном языке.
8. Назовите основные нормы создания имиджевого интервью на изучаемом иностранном языке.
9. Назовите основные нормы создания имиджевой статьи на изучаемом иностранном языке.
10. Назовите основные нормы создания новостной заметки на изучаемом иностранном языке.
11. Назовите основные нормы создания репортажа на изучаемом иностранном языке.
12. Назовите основные нормы создания тревел-текста на изучаемом иностранном языке.
13. Назовите стилистические особенности PR-текстов в сфере туризма на изучаемом иностранном языке
14. Назовите стилистические особенности PR-текстов в сфере спорта на изучаемом иностранном языке
15. Назовите стилистические особенности PR-текстов в гастрономической сфере на изучаемом иностранном языке.

Типовой вопрос на «уметь»:

Определите жанр и тип предложенного PR-текста (на изучаемом иностранном языке).
Пример текста:

MINNEAPOLIS, March 29 /PRNewswire/ — After turning 300 tons of trash into fertile soil last year, the Minnesota Twins and Eco-Products plan to top that number this year.
With the help of fans, hundreds of thousands of beer cups, plates and nacho trays at Target Field were converted to compost last year. This year, the Minnesota Twins want to create even more compost – starting on Opening Day, Monday, April 3.
All beer cups — as well as soft drink cups, coffee cups, plates, trays, soup cups, spoons, knives, forks, lids and straws — are compostable at Target Field. They're made by Eco-Products, based in Boulder, Colo.
Eco-Products, based in Boulder, Co., supplies the compostable cups, plates, trays, utensils and straws at Target Field. Much of the packaging relies on a material called Ingeo(TM), a compostable resin made by a company called NatureWorks headquartered a short distance from Target Field in Minnetonka, Minn.
"Our fans should be proud of all they're doing to make Target Field the greenest ballpark in America," said Jase Miller, Manager of Ballpark Operations for the Minnesota Twins. "Together, we've kept hundreds of tons of trash out of local landfills. That's a huge win not just for Target Field, but for the whole community."
Eco-Products, based in Boulder, Co., supplies the compostable cups, plates, trays, utensils and straws at Target Field. Much of the packaging relies on a material called Ingeo™, a compostable resin made by a company called NatureWorks headquartered a short distance from Target Field in Minnetonka, Minn.

Contact: Mark Pankowski
301-260-9250
SOURCE Eco-Products

Типовой вопрос на «владеть»:

Создайте небольшой фрагмент PR-текста (пресс-релиз/бэкграундер/новость) на изучаемом иностранном языке. Прокомментируйте выбор лингвистических средств, при помощи которых вы достигаете востребованности вашего медиапродукта.

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.

При использовании БРС:

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.

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;
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-	

	осязательно-слуховой	*аудио-визуально-кинестетические*, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
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.