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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине

ПРОДВИЖЕНИЕ КОНГРЕССНО-ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

Направление подготовки	43.03.01 Сервис
Направленность (профиль) программы	Конгрессно-выставочная деятельность
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ 4
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 6
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА 8
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

Приложение:
Контрольно-оценочные средства

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

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

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-9	способностью выделять и учитывать основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности

1.2. Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным содержательным компонентом компетенций, формирующихся дисциплиной. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы. Планируемые результаты освоения дисциплины, характеризующие этапы формирования компетенции, представлены в табл. 1.2.1:

Таблица – 1.2.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Этап формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
Третий уровень (продвинутый) (ПК-9) – 3	Продвижение конгрессно-выставочных продуктов и услуг	Декомпозиция II Знать: современные методы и технологии продвижения конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг в соответствии с социально-психологическими особенностями потребителей З3 (II) (ПК-9) Уметь: применять современные методы и технологии продвижения конгрессных и выставочно-ярмарочных проектов, продуктов, услуг потребителям с различными социально-психологическими характеристиками У3 (II) (ПК-9) Владеть: навыками по формированию системы продвижения продуктов и услуг конгрессно-выставочного предприятия с учетом целевых групп потребителей В3 (II) (ПК-9)

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

– формулирует основные особенности и стандарты сервисной деятельности, обусловленные этнокультурными, историческими и религиозными традициями и психологическими особенностями потребителя;

– рассматривает основные психологические особенности потребителя в процессе сервисной деятельности;

– выделяет типы потребителей и их особенности покупательского поведения;

– выполняет решения, связанные с установлением контакта продавца с потребителем с учетом основных психологических особенностей разных типов;

– выбирает методику построения коммуникации с потребителем с учетом основных психологических особенностей разных типов.

2. Структура ФОС по дисциплине

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

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

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/письменная
1	2	3	4	5
Тема 1. Конгрессно-выставочная индустрия: новые технологии, тенденции и тренды в условиях цифровизации сферы услуг	Текущий контроль	Знание ключевых технологий, тенденций, трендов, которые влияют на продвижение продуктов и услуг в конгрессно-выставочной индустрии в условиях цифровизации сферы услуг	доклад/дискуссия	Устная
Тема 2. Методы продвижения и маркетинговые посредники в продвижении конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в соответствии с планируемым мероприятием	Текущий контроль	Маркетинговые посредникам в конгрессно-выставочной индустрии. Интернет-посредники: Тематические Интернет-Агрегаторы; Нишевые или специализированные Интернет-Агрегаторы; Хостинг-провайдеры; Реселлеры; Интернет-каталоги поисковых систем; Интернет-справочники; Интернет-Карты поисковых систем с геолокацинными сервисами для B2B и B2C пользователей; Блокчейн-Платформы (универсальные или нишевые); SM; Мессенджеры. Профильные и отраслевые организации, ассоциации. Специализированные организации (DMC - и PCO- компании и др.).	доклад/дискуссия	Устная
Тема 3.	Текущий	Разработка омниканальной	доклад/диску	Устная

Омниканальность. Digital-стратегия продвижения конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг	контроль	стратегии продвижения в соответствии с планируемым мероприятием с учетом целевых групп потребителей.	ссия Решение практических задач/кейсов	/письменная
Тема 4. Технологии продвижения конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг в соответствии с социально-психологическими особенностями и потребителей.	Текущий контроль	Особенности работы с экспонентами, участниками, посетителями и их запросами по системе прямой и обратной связи. Разработка условий участия в конгрессно-выставочном мероприятии по всем группам стейкхолдеров. Разработка «профиля клиента» и создание эффективной программы коммуникаций по целевым группам стейкхолдеров КВМ.	Разработка проектов, работа в малых группах, презентации.	Устная /письменная
Тема 5. Роль DMC, PCO-компаний, PR- Event-агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг	Текущий контроль	Анализ функционирования и роль PCO-, DMC-компаний, PR- и Event-агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг на региональном, национальном и международном рынках.	доклад/дискуссия Решение практических задач/кейсов	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. Знать: Каналы продвижения конгрессно-выставочных проектов в Интернете. Вопрос 2. Уметь: Описание функций маркетинговых посредников в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных проектов, продуктов, услуг потребителям. Вопрос 3. Владеть: Стратегия продвижения выставки в соответствии с представленными условиями (в соотв. с заданием кейса)	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 необходимость, но не может их применять.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.

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

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

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

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

4. Шкала оценивания результата

Таблица – 4.1. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
1 2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.

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

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

Формой итогового контроля по дисциплине является зачет, 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
Доклад	Темы докладов: 1.Конгрессно-выставочная индустрия в условиях цифровизации сферы услуг. 2. Тематические Интернет-Агрегаторы; 3. Многоканальность и омниканальность: различия подходов в цифровом продвижении КВ-продуктов и услуг. 4. Виды Интернет-продвижения и рекламы в КВ-индустрии 5. Составление портрета организационного потребителя на основе анализа профиля партнера (потребителя) в социальной сети перед прямой продажей КВ-пакета услуг. 6. Анализ функционирования и роль PCO-, DMC-компаний, PR- и Event-

	агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг на региональном, национальном и международном рынках. 7. Членство в международных ассоциациях по конгрессной деятельности и их роль в продвижении конгрессно-выставочных мероприятий: ICCA (International Congress and Convention Association); MPI (Meeting Professionals International); IAPCO (International Association of Professional Congress Organisers). 8. Роль global PCO и международных стратегических альянсов в индустрии встреч в продвижении конгрессно-выставочных продуктов и услуг на мировом рынке: INCON group, World PCO Alliance, World's Leading Conference Organizers.
Дискуссия	ТЕНДЕНЦИИ И ТРЕНДЫ В ПРОДВИЖЕНИИ КВ-продуктов и услуг
Решение практических задач	Тема задач: Маркетинговые посредники в продвижении конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в соответствии с планируемым мероприятием
Решение практических задач /Кейсов	Тема задач: Разработка Digital-стратегия продвижения конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг в зависимости от профиля целевой группы
Деловая игра	Игровое проектирование «Разработка концепции продвижения конгрессно-выставочного мероприятия»
Дискуссия	Роль DMC, PCO-компаний, PR- Event-агентств в продвижении конгрессных и выставочно-ярмарочных продуктов и услуг

5.2. Контрольные точки БРС

Задание: **Определить стратегию продвижения выставки в соответствии с представленными условиями в Кейсе 1.**

Немецкая выставочная компания «Kolnmesse» создала сервисную структуру «Kolnmesse Service GmbH», которая предлагает экспонентам полный выставочный пакет услуг от одного подрядчика — планирование и дизайн стенда, организация мероприятия в рамках выставки, профессиональные рекламные и медийные услуги, бронирование отелей, презентации участника на ТВ, технические услуги, аренда мебели, предоставление персонала. Покупка «one-stop» (в один заход) гарантирует, что каждый экспонент и даже посетитель получит единственное контактное лицо, которое будет заботиться обо всем ассортименте услуг, которые нужны именно ему. Экспоненты обсуждают свои требования с контактным лицом, а «Kolnmesse Service» следит за их выполнением и до и во время выставки, а также по завершении выставки компания готова сопровождать выставочные планы клиента (при необходимости). Экспонент получает единый комплект документов «в один заход», ему нет необходимости отдельно заключать договоры с пиар-консультантами, техническими службами, плотниками, IT-специалистами, поставщиками питания, отелями, логистическими компаниями и т. п.

Подготовка к рубежному тестированию (в рамках БРС):

1. Повторить понятийный аппарат по продвижению (в т.ч. из курса маркетинга, рекомендую взять словарь по маркетингу, будет быстрее, чем по учебнику):

Деловой рынок, Деловой спрос, Деловые потребители, B2B, B2C, Комплекс маркетинга, Комплекс продвижения (продукта/услуги) promotion mix, связи с общественностью (комплекс PR), имиджевая реклама, паблисити, спонсорство, лоббизм, Ценностный анализ клиентов (потребителей), целевая аудитория, база данных потребителей (понимать классификацию по разным признакам: пол, возраст, социальное положение, вид, масштаб деятельности и др.), омниканальность (и все составляющие omni-channel marketing), многоканальность (multi-chanal marketing), вертикальная маркетинговая система (структура каналов распределения), горизонтальная маркетинговая

система, целевой рынок, матрица БКГ, группы влияния в продвижении услуг, директ-маркетинг (прямой маркетинг), интегрированный директ-маркетинг, директ-мейл, CRM, CRM-технологии, Интернет-маркетинг, канал распределения, Карта восприятия, Концепция продвижения (продаж), Концепция маркетинга, конъюнктура рынка (значение для продвижения), вирусный маркетинг (продвижение «из уст в уста»), продакт-плейсмент, сервисный (интерактивный) маркетинг, продвижение продуктов и услуг (метод концентрирования), продвижение продуктов и услуг (латеральный метод продвижения), продвижение продуктов и услуг (недифференцированное продвижение), продвижение продуктов и услуг (сетевое продвижение, франчайзинг), маркетинг места, маркетинг сделки и маркетинг отношений как концепции продвижения КВ продуктов и услуг, Международный, Территориальный (региональный) маркетинг, Маркетинг места, Интегрированные маркетинговые коммуникации, POS-материалы продвижения продуктов и услуг, конверсия (уровень конверсии), Отклик на Интернет-рекламу (например, отклик баннера – измерение, интерпретация результатов), профиль потребителей, реклама (ее виды), канал распределения, уровень канала распределения,

2. Объяснить основные различия понятий Концепция маркетинга и Концепция продвижения (продаж) на примере Конгрессно-выставочных продуктов и услуг. Примеры.

3. Основные тенденции и тренды в развитии продвижения конгрессно-выставочных продуктов и услуг. Примеры

4. Классификация конгрессно-выставочных мероприятий (КВМ), проектов, продуктов и услуг (по уровню и составу участников мероприятий, по целям проведения и т.д.). Примеры

5. Методы продвижения (promotion mix) конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в соответствии с планируемым мероприятием. Примеры.

6. Международный, Территориальный (региональный) маркетинг, Маркетинг города (места) как методы продвижения конгрессных и выставочных проектов, продуктов и услуг в зависимости от характеристик планируемого мероприятия. Примеры. Обеспечение государственной, отраслевой и международной поддержки КВМ. Примеры.

7. Членство КВ компаний в международных ассоциациях по конгрессной деятельности и его роль в продвижении конгрессно-выставочных мероприятий: ICCA (International Congress and Convention Association); MPI (Meeting Professionals International); IAPCO (International Association of Professional Congress Organisers) и др. Примеры.

8. Особенности целевых групп потребителей на деловом рынке (B2B), факторы влияния на деловой спрос и деловые покупки. Особенности делового поведения целевых групп в зависимости от их социально-психологических особенностей. Классификация деловых потребителей на выставке (основные типы, краткая характеристика, особенности продвижения и работы на стенде). Примеры. Анализ профиля делового потребителя - партнера в социальной сети перед прямой продажей КВПиУ. Основные типы переговорщиков при прямом маркетинге.Примеры.

9. Современные Интернет-технологии в продвижении КВМ: системы бронирования MICE – продуктов и услуг для сегментах B2B, B2C, нишевые и тематические агрегаторы, каталоги поисковых систем (Яндекс-каталог и др.), электронные каталоги, информационно-справочные системы для продвижения КВМ и т.д. Примеры.

10. Современные Интернет-технологии рекламы в продвижении КВМ. Омниканальность (omni-channel marketing) как Digital-стратегия продвижения КВМ. Каналы Интернет-рекламы. Краткая характеристика. Анализ их использования в соответствии с планируемым мероприятием. Примеры.

11. Комплекс Sales-Promotion (стимулирование сбыта) в КВД: дифференцированные цены (специальные конгресс-пакеты, эконом, VIP-пакеты, бонусы, сконто, скидка ценовая, скидка-возврат, «рекламный зачет», премии, конкурсы и др.). Примеры.

12. Продвижение КВ продуктов и услуг по франчайзингу. Примеры.

13. Продвижение КВ продуктов и услуг через DMC-компании. Примеры.

14. Методы определения затрат на продвижение продуктов и услуг: знать основные методы и их сущность. Метод «от наличных средств», метод «долевого участия в рынке», метод «процент от объема сбыта», метод конкурентного паритета, метод «исходя из целей и задач».

15. Разработка плана рекламной компании выставки (анализ целевой аудитории, разработка целей РК, разработка бюджета рекламной компании, разработка концепция (основной идеи) рекламной кампании по каналам продвижения и с учетом психологических особенностей целевых групп потребителей КВ услуг (тип рекламного обращения для целевой аудитории, выбор средств распространения РК, выбор параметров РК (широта охвата, частотность, сила воздействия, выбор конкретного носителя и т.п.). Оценка эффективности РК. Примеры.

16. Стратегии «вытягивания» и стратегии «проталкивания» (pull & push strategy) в продвижении. Привести примеры для КВ продуктов и услуг.

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, ежегодно обновляется. Для промежуточной аттестации в виде экзамена КОС 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 и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся, требования к которым изложены в Положении о балльно-рейтинговой системе.

7. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями

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

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

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

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

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

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.