МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

БРЕНД КОММУНИКАЦИИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки	43.03.03 «Гостиничное дело»
Направленность (профиль) программы	«Гостиничная 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.....3

~~2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**~~

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 7

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА.....8

5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:.....9

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС.....10

5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ.....11

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ 12

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....13

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....15

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....16

ПРИЛОЖЕНИЯ: КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

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

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

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-1	готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей

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

Таблица – 1.2.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
Первый уровень (пороговый) (ПК-1)-1	Бренд коммуникации в гостиничном бизнесе	Декомпозиция II Знать: ключевые основы и особенности организации эффективных продаж, основные приемы и новейшие технологии бренд коммуникации в гостиничном бизнесе З1(II) (ПК-1) Уметь: применять новейшие технологии продаж гостиничного продукта, создавать и развивать бренды в гостиничном бизнесе У1(II) (ПК-1) Владеть: навыками реализации и оценки проектов, связанных с брендингом, для решения конкретных задач гостиничного предприятия В1(II) (ПК-1)

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

формулирует основные определения гостиничного менеджмента, экономики гостиничного предприятия, сервисной деятельности;

анализирует результаты деятельности функциональных подразделений гостиниц и других средств размещения, уровень обслуживания потребителей, делает соответствующие выводы;

умеет использовать современные технологии для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

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

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/ письменная
1	2	3	4	5
Тема 1. Возникновение, становление и развитие бренд коммуникаций	Текущий контроль	Изменение роли коммуникаций в маркетинговых концепциях XXI века. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Появление концепции бренд-менеджмента. «Три волны» в истории бренд коммуникаций: рациональная, эмоциональная и «духовная». Брендинг как стратегия на рынке гостиничных услуг, рынке с высоким уровнем конкуренции.	СЗ: тематическая дискуссия	устная, письменная
Тема 2. Основные подходы к понятию «бренд», содержание и сущность бренд коммуникаций в гостиничном бизнесе	Текущий контроль	Происхождение и эволюция понятия «бренд». Содержание бренда как коммуникационный процесс, соответствующий требованиям потребителей. Определение понятия «бренд» с точки зрения теории потребительского поведения и психологии потребительского поведения. Соотношение ключевых понятий брендинга: бренд, торговая марка, товарный знак. Бренд на рынках b2c и b2b, значимость бренда для различных типов рынков.	СЗ: тематическая дискуссия	устная, письменная
Тема 3. Маркетинговые исследования в бренд коммуникациях в гостиничном бизнесе	Текущий контроль	Виды, методы маркетинговых исследований бренд-коммуникаций в области формирования и продвижения гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей. Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей в бренд-коммуникациях. Позиционирование бренда на рынке.	ПЗ: решение практических задач КТ№1 тестирование	устная, письменная
Тема 4. Проективная стадия брендинга в гостиничном бизнесе	Текущий контроль	Система идентичности бренда: его сущность, стержневая и расширенная идентичность. Атрибуты бренда и их основные характеристики.	ПЗ: метод проектов	устная, письменная

		Бренд-нейм как важнейший атрибут (идентификатор) бренда. История разработки идентификаторов глобальных брендов XX-XXI веков. Идентификаторы бренда: трудности перевода без учета запросов, потребностей и ключевых ценностей потребителей гостиничного продукта. Влияние культурного фактора макросреды на формирование бренд-нейма на отечественном рынке. Слоган и этапы его разработки. Логотип и основные требования к его созданию. Классификация товарных знаков. Трансформация товарных знаков известных компаний. Оценка проектов, связанных с брендингом, для решения конкретных задач гостиничного предприятия.		
Тема 5. Правовые основы бренда в гостиничном бизнесе	Текущий контроль	Система охраны товарных марок в Европе. Система охраны товарных знаков в США. Правовые основания охраны бренда в гостиничном бизнесе: нормативная документация и производственно-технологические регламенты гостиничной деятельности. Этапы регистрации торгового знака. Ответственность за незаконное использование товарного знака.	ПЗ: кейс	устная, письменная
Тема 6. Основные подходы к разработке портфеля брендов компании гостиничной индустрии	Текущий контроль	Понятие «архитектура бренда». Основные модели построения архитектуры брендов гостиничного предприятия на основе знания этапов сегментации рынка и их характеристик, методов дифференцирования и позиционирования на рынке гостиничных услуг. Каннибализм в портфеле брендов компании: основные причины и способы его предотвращения.	ПЗ: решение практических задач	устная, письменная
Тема 7. Управление лояльностью к бренду в гостиничном бизнесе	Текущий контроль	Потребительская лояльность: основные определения, типы и модели. Основные классификации программ лояльности для потребителей гостиничного продукта, учитывающие ключевые ценности потребителя. Эволюция маркетинга лояльности. Основные компоненты программы	ПЗ: кейс	устная, письменная

		лояльности и процесс ее организации. Антилояльность: понятие, уровни и способы управления ею.		
Тема 8. Нематериальные активы гостиничных предприятий. Подходы к оценке бренда	Текущий контроль	Понятие и виды нематериальных активов, принадлежащие гостиничным предприятиям на праве собственности или ином законном основании. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества. Способы оценки бренда. Проблемы оценки стоимости бренда. Лизинг, франчайзинг и др. в гостиничном бизнесе	СЗ: тематическая дискуссия	устная, письменная
Тема 9. Продвижение гостиничных брендов и управление ими в условиях глобализации	Текущий контроль	Особенности брендинга в развитых странах. Использование технологии брендинга в развивающихся странах в рамках технологии формирования, продвижения и реализации гостиничного продукта. Брендинг в современной России: основные проблемы и перспективы развития Частная марка как бренд в современной России: особенности и тенденции ее развития на основе современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей.	КТ№2 презентация докладов	устная, письменная
Тема 10. Международный брендинг транснациональных компаний на рынке гостиничных услуг	Текущий контроль	Международные факторы брендинга. Основные стратегии международного брендинга. Механизм управления брендами международной компании, соответствующий современным стандартам и удовлетворению потребителя. Особенности брендинга транснациональных компаний на российском рынке гостиничных услуг.	КТ№2 презентация докладов	устная, письменная
Все разделы и темы	Промежу-точная аттестация	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы	устная
Итоговый контроль по дисциплине	-	1. Марочные стратегии современных гостиничных брендов: понятие, виды, достоинства и недостатки, факторы выбора марочной стратегии. 2. Механизм управления брендами международной компании 3. Составить план проведения маркетинговых исследований	Вопросы к ГИА	

		как аудита бренда.		

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 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
Тематические дискуссии	Тематика дискуссий в рамках проблемных лекций и семинаров: 1. Основные подходы к понятию «бренд», содержание и сущность. 2. Подходы к оценке бренда. Нематериальные активы гостиничных предприятий.
Решение практических задач	1.Составить план проведения маркетинговых исследований как аудита бренда. 2.Разработать товарную марку и слоган для коммуникационной компании гостиничного предприятия.
Кейсы	Кейс №1. «Правовое обеспечение бренда в гостиничной индустрии США». Кейс №2. «Почему знаменитые гостиничные бренды разочаровывают российских инвесторов».
Метод проектов	В малых группах разработать основные элементы бренда нового гостиничного предприятия и представить его.
Презентация докладов	Презентация и защита индивидуальных докладов по выбранному гостиничному бренду

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС

Первая контрольная точка в форме тестирования.
Примеры тестов:

1. Каково главное качество бренда?
а) уникальность;
б) прибыльность;
в) узнаваемость.

2. Сегодня настоящий бренд должен обладать чертами настоящего…
а) отца;
б) брата;
в) друга.

3. В каком значении использовалось слово «бренд» во времена викингов?
а) нравиться людям;
б) клеймить скот:
в) обзываться.

4. В какой индустрии бренд является ключевым фактором успеха?
а) товаров;
б) услуг;
в) развлечений.

5. В какое время в оценку бренда стали закладываться такие критерии, как ответственность за состояние окружающей среды, производственная этика, вопросы безопасности и качества?
а) в конце XX века;
б) в 1970-х годах;
в) в 1950-х годах.

6. В гостиничном бизнесе срок восприятия, а значат и жизни бренда исчисляется...
а) 5-10 годами;
б) 5-10 месяцами;
в) 3-5 годами.

Методические рекомендации по выполнению тестирования:

Первая контрольная точка проверяет знания по Темам 1.1.-1.2.: вторая контрольная точка проверяет знания по Темам 1.3.-1.4.

Тестовые задания – это вопросы открытого и закрытого типа для проверки знаний студентов по различным темам теоретического материала, в первую очередь, проверки знания студентами основных понятий, определений и терминов в индустрии гостиничного и ресторанного бизнеса.

Для ответа на закрытый вопрос студентам необходимо из предложенных 3-4 вариантов ответа выбрать один единственно правильный ответ, из предложенных 5 вариантов – обязательно 2 ответа. Для ответа на открытый вопрос необходимо вписать соответствующее понятие маркетинга, состоящее из 1-2 слов.

Вторая контрольная точка в форме презентации докладов по выбору студента о развитии независимого или сетевого гостиничного предприятия в России или за рубежом.

5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Перечень вопросов к экзамену:

1. Роль коммуникаций в маркетинговых концепциях на современном этапе.
2. Интегрированные маркетинговые коммуникации.
3. Концепция бренд-менеджмента.
4. «Три волны» в истории бренд коммуникаций: рациональная, эмоциональная и «духовная».
5. Гостиничный бизнес в XXI веке – это деятельность на рынках с высоким уровнем конкуренции. Брендинг как стратегия повышения конкурентоспособности компании.
6. Этимология и эволюция понятия «бренд» в зарубежной и российской научной литературе.
7. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
8. Определение понятия «бренд» с точки зрения микроэкономической теории потребительского поведения и психологии потребительского поведения.
9. Соотношение ключевых понятий брендинга: бренд, торговая марка, товарный знак.
10. Бренд на рынках b2c и b2b, значимость бренда для различных типов рынков гостиничных услуг.
11. Направления маркетинговых исследований в рамках бренд-коммуникаций.
12. Система идентичности бренда: его сущность, стержневая и расширенная идентичность.
13. Атрибуты бренда и их основные характеристики.
14. Бренд-нейм как важнейший атрибут (идентификатор) бренда.
15. История разработки идентификаторов глобальных брендов XX века.
16. Трансформация товарных знаков известных компаний.
17. Влияние культурного фактора макросреды на формирование бренд-нейма на отечественном рынке.
18. Слоган и этапы его разработки. Логотип и основные требования к его созданию. Шрифт и цвет как атрибуты бренда. Фирменный стиль.
19. Личность бренда и его основные составляющие.
20. Правовые основания охраны бренда.
21. Этапы регистрации торгового знака.
22. Ответственность за незаконное использование товарного знака.
23. Понятие «архитектура бренда».
24. Основные модели построения архитектуры брендов.
25. Каннибализм в портфеле брендов компании: основные причины и способы его предотвращения.
26. Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества.
27. Способы оценки бренда. Проблемы оценки стоимости бренда.
28. Использование технологии брендинга в развивающихся странах.
29. Брендинг в современной России: основные проблемы и перспективы развития.
30. Частная марка как бренд в современной России: особенности и тенденции ее развития.
31. Международные факторы брендинга.
32. Основные стратегии международного брендинга в гостиничной индустрии.
33. Механизм управления брендами международной компании.
34. Особенности брендинга транснациональных компаний гостеприимства на российском потребительском рынке.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

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

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

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

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

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы

обучающихся;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениями зрения	Слепые. Способ восприятия информации:	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения:

	осязательно-слуховой	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.