

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

Кафедра
МАРКЕТИНГА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ И ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Направление подготовки	<i>43.04.01 – Сервис</i>
Направленность (профиль) программы	<i>Сервисная экономика: международные рынки услуг</i>
Уровень высшего образования	<i>магистратура</i>
Форма обучения	<i>очная</i>

Санкт-Петербург
2020

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	5
4.	Шкала оценивания результата	8
5.	Перечень заданий по дисциплине	8
6.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания	12
7.	Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями	13

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

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине «Маркетинговые стратегии и программы предприятий в сфере сервиса».

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Демонстрирует навыки системного и критического мышления и готовность к нему: грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д.
		УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи, сопоставляет разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
		УК-1.3 Определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи, разрабатывает и предлагает различные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки
Тип профессиональных задач: организационно-управленческий	ПК-1. Способен формировать стратегии развития и продвижения сервисной организации, прогнозировать, обосновывать и управлять проектами и программами развития предприятий в сфере сервиса на конкурентных рынках	ПК-1.1 – Способен формировать конкурентные стратегии развития и продвижения сервисной организации
Тип профессиональной задачи: научно-исследовательский	ПК-6. Способен анализировать, обосновывать и формулировать новые программы и решения в сфере услуг и систем сервиса	ПК - 6.1. Осуществляет исследования и проводит анализ конкурентной среды и лучших практик в сфере сервиса
		ПК- 6.2. Разрабатывает на основе анализа рынка маркетинговые стратегии и программы сервисных предприятий

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 <i>и/или разделов/тем</i>	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. Современные концепции маркетинга	Текущий контроль	Классические концепции маркетинга. Маркетинг вовлечения. Когнитивный маркетинг. Маркетинг-микс в сфере сервиса. Теория потребительской ценности.	СЗ/ Теоретический опрос/ ПЗ/Дискуссия / ПЗ/Кейс ПЗ/Кейс	Письменная/ устная
Тема 2. Маркетинговые стратегии и программы	Текущий контроль	Сущность маркетинговых стратегий. Товарные маркетинговые стратегии. Ценовые маркетинговые стратегии. Сбытовые маркетинговые стратегии. Стратегии предприятия сферы сервиса	СЗ/ Теоретический опрос ПЗ/Кейс ПЗ/Задача (2) ПЗ/Кейс ПЗ/Кейс	Письменная/ устная
Тема 1-2	Рубежный контроль	Аналитическая работа 1	СЗ/отчет	Письменная/ устная
Тема 3. Формирование концепции маркетинговых исследований	Текущий контроль	Основы маркетинговых исследований. Источники маркетинговой информации о рынке и потребителях. Виды маркетинговых исследований. Качественные методы сбора информации. Методика разработки гайдов для проведения качественного исследования поведения потребителей, их мотивов, предпочтений, потребностей и ценностей.	СЗ/ Теоретический опрос ПЗ/Кейс ПЗ/Анализ конкретной ситуации	Письменная/ устная

Тема 4. Маркетинго вые исследовани я поведения потребителе й	Текущий контроль	Перспективы и направления развития поведения потребителей в экономике 4.0 Факторы, влияющие на поведение потребителей. Исследование психографических детерминант потребителя. Исследование потребительских предпочтений на основе типологии потребителей. Построение карт восприятия. Измерение отношения к бренду предприятия сферы	ПЗ/ Дискуссия ПЗ/Кейс ПЗ/Анализ конкретной ситуации ПЗ/Анализ конкретной ситуации ПЗ/ Задачи	Письме нная/ устная
Тема 3-4	Рубежный контроль	Аналитическая работа 2	СЗ/отчет	Письме нная/ устная
Все темы и разделы:	Промежут очная аттестаци я	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы	Устная
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1. Теоретические основы маркетинговых стратегий и маркетинговых исследований рынка и потребителей. Вопрос 2. Анализ поведения потребителей, их предпочтений, потребностей, ценностей для формирования (совершенствования) маркетинговой стратегии предприятия в сферах сервиса	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	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное	Высказывание неординарных суждений,

		занятии		участие в работе на занятии	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

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
				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. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостный 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
Дискуссия	Охарактеризуйте концепцию маркетинга вовлечения. Приведите примеры. Докажите их состоятельность. Охарактеризуйте концепцию когнитивного маркетинга. Проиллюстрируйте цепочку «технология-стандарт-культура» на примере конкретной сферы сервиса. Что вы понимаете под «экономика 4.0»? Как влияет диджитализация бизнеса на поведение потребителей? Как изменяться реальные потребительские ценности под влиянием тренда ЗОЖ? Как лидеры мнений влияют на персонализацию моделей поведения? Экосистема потребителя – что это? Как влияет на его потребительское поведение? И т.д.
Теоретический опрос	Раскройте сущность товарных маркетинговых стратегий. Раскройте сущность ценовых маркетинговых стратегий.

	<p>Раскройте сущность сбытовых маркетинговых стратегий.</p> <p>Алгоритм проведения маркетинговых исследований.</p> <p>Виды МИ, методы МИ</p> <p>Основы разработки гайдов для проведения МИ.</p> <p>Психографические детерминанты потребителя.</p> <p>Типологий эмоций, мотивов, стимулов.</p> <p>Опишите процесс принятия решения о покупке потребителем</p> <p>Опишите модель поведения потребителей в процессе принятия решения о покупке Энджела ДЖ., Блэкуэлла Р.</p>
Анализ конкретной ситуации	<p>Методика разработки гайдов для проведения качественного исследования поведения потребителей</p> <p>Анализ влияния факторов, влияющих на поведение потребителей</p> <p>Анализ результатов опроса потребителей.</p>
Кейс	<p>Разработка комплекса маркетинга для услуги предприятия сервиса</p> <p>Выявление структуры потребительской ценности услуги</p> <p>Товарная стратегия предприятия сферы сервиса.</p> <p>Стимулирование сбыта на рынке услуг.</p> <p>Сбор качественной информации для исследования поведения потребителей</p> <p>Факторы внешнего влияния на поведение потребителей</p> <p>Стратегия предприятия сферы сервиса</p>
Решение задач	<p>Определение потребительской стоимости услуги</p> <p>Расчет изменения цены на основе коэффициента эластичности спроса</p> <p>Построение карты восприятия товара (бренда)</p> <p>Измерение отношения к бренду</p>

5.2. Контрольные точки БРС

В рамках изучения данной дисциплины предусмотрено проведение индивидуальных и групповых самостоятельных работ по решению задач по расчету отношения потребителей к услуге (товару), также индивидуальная самостоятельная работа в форме написания эссе и его презентации в учебной группе.

Аналитическая работа 1. Примерные темы эссе:

- Анализ потребительского поведения различных социально-демографических групп потребителей.
- Типы поведения потребителей в различных сферах.
- Анализ потребительского рынка услуги *** в России.
- Анализ потребительского рынка услуги *** в одном из регионов России.
- Сравнение потребителей услуги *** в различных городах или регионах России.
- Сегментирование рынка услуги ***.
- Выделение целевых групп потребителей услуги ***.
- Описание целевой группы потребителей марки услуги ***.
- Сравнение потребителей различных марок услуги ***.
- Факторы внешнего влияния на поведение потребителей как условия макро- и микросреды
- Классификация культурных ценностей потребителя
- Детерминанты социального класса и социального статуса потребителя
- Восприятие и обработка информации потребителем как основа механизма принятия решения о покупке.
- Понятие о персональных ценностях потребителя (ценностных ориентациях).
- Понятие о личности, ее внешняя и внутренняя структура.

- Характеристика эмоциональной сферы поведения потребителя.
- Характеристика факторов ситуационного влияния на потребительское поведение.
- Влияние миграционных процессов на поведение потребителей-индивидов
- Определение типов потребителей в электронном бизнесе при исследовании рынка и его сегментации.
- Влияние рекламы на поведение потребителей в условиях глобализации и жесткой конкуренции.

Работа над эссе подразумевает поиск и анализ научных, периодических и учебных источников информации, на основе которого обучающийся выражает свое мнение (точку зрения) по изучаемой проблематике исследования.

При оценке аналитической работы используются следующие критерии:

- соответствие структуры работы требованиям, наличие всех разделов работы;
- полнота раскрытия разделов работы, логичность изложения;
- работа с источниками, количество и качество использованных источников;
- соответствие требованиям по оформлению;
- соблюдение сроков;
- ответы на вопросы.

Аналитическая работа 2

Предусматривает выполнение индивидуальной аналитической работы по самостоятельно выбранной услуге (бренду).

Аналитическая работа имеет следующую структуру:

1. Для выбранной услуги (бренда, предприятия сферы сервиса) выбрать и обосновать проблему.

Проблематика должна быть связана с поведением потребителей и проведением качественных исследований для определения причин, мотивов, моделей поведения и/или объяснения факторов, влияющих на поведение потребителей или процесс принятия решения при покупке определенных услуг с целью совершенствования маркетинговых стратегий предприятия сферы сервиса.

2. Формулировка целей и задач исследования проблемы - обоснование проблематики исследования;

3. Выдвинуть гипотезы (не менее трех) исследования, подлежащие подтверждению или опровержению в ходе решения проблемы.

4. Обоснование метода сбора первичных данных (интервью или фокус-группа); описание выборки (характеристика сегмента/профиля, тип выборки, количество респондентов); описание времени и места проведения исследования;

5. Разработка гайдов (для интервью);

6. Обоснование выборки респондентов для проведения поискового маркетингового исследования

7. Анализ рынка услуги (бренда). Анализ моделей поведения потребителей выбранного товара на исследуемом рынке

8. Методология исследования поведения потребителей выбранного товара

9. Результаты проведенного эмпирического исследования

Исходная информация: учебная литература по темам 1-4, статистика и маркетинговая аналитика по исследуемому рынку.

Оценка аналитической работы:

Для аналитической работы предусмотрена презентация. Выступление на защите работы 5-10 минут.

При оценке аналитической работы используются следующие критерии:

- соответствие структуры работы требованиям, наличие всех разделов работы;
- полнота раскрытия разделов работы, логичность изложения;
- работа с источниками, количество и качество использованных источников;

- соответствие требованиям по оформлению;
- соблюдение сроков;
- ответы на вопросы.

5.3. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме устного экзамена по билетам, включающего два вопроса. Проверяются знания теоретических основ дисциплины, сформулированные по следующим вопросам:

1. Значение маркетинговых исследований в предпринимательской деятельности.
1. Цели и задачи маркетинговых исследований.
2. Характеристика предмета и объекта маркетинговых исследований.
3. Внешняя и внутренняя среда фирмы.
4. Схема процесса маркетинговых исследований.
5. Содержание отчета о маркетинговых исследованиях.
6. Характеристика методов маркетинговых исследований.
7. Роль гипотезы в процессе проектирования маркетинговых исследований.
8. Порядок проведения фокус-группы, порядок проведения интервью
9. Основные источники информации для проведения маркетинговых исследований.
10. Характеристика аналитических методов обработки маркетинговой информации.
11. Методики анализа конкурентной среды.
12. Базисные конкурентные стратегии.
13. Характеристика основных методов прогнозирования рынка.
14. Товарные маркетинговые стратегии
15. Ценовые маркетинговые стратегии
16. Сбытовые маркетинговые стратегии.
17. Стратегии продвижения предприятия в сферах сервиса.
18. Анализ потребителей.
19. Классификация факторов, влияющих на поведение потребителя-индивида: «дальний круг» и «ближний круг».
20. Классификация факторов, влияющих на поведение потребителя-индивида: типы референтных групп. Примеры влияния референтной группы на выбор товара, ситуационные факторы.
21. Классификация психологических характеристик потребителей: понятия – индивид, личность, индивидуальность.
22. Характеристика движущих сил потребителей-индивидов. Определение и структура мотивов.
23. Классификация психологических характеристик потребителей: психологические процессы восприятия и переработки информации.
24. Анализ процесса восприятия товарной марки потребителем. Свойства восприятия.
25. Понятие психологической компоненты "научение" потребителя. Факторы, влияющие на "научение". Возможности использования "научения" в маркетинге.
26. Понятие психологической компоненты «отношение». Свойства отношения. Варианты использования в маркетинге.
27. Экспликативный процесс принятия решения о покупке.

28. Модель оценки вариантов при покупке товара. «Важность», «характерность» и «дифференциация» свойств (характеристик) товара (услуги). Компенсаторный и некомпенсаторный подходы при выборе потребителем товара.

29. Характеристика поведения потребителя после покупки. Анализ состояний удовлетворенного и неудовлетворённого потребителя. Оценка удовлетворённости потребителя.

30. Характеристика процесса восприятия торговой марки (бренда). Организация восприятия торговой марки.

31. Процесс измерения восприятия торговой марки. Построение карт восприятия. Примеры их применения в маркетинге.

32. Построение матрицы «Важность – выраженность». Примеры использования матрицы в маркетинге.

33. Позиционирование товара (фирмы) по критериям восприятия образа марки. (фирмы)

34. Измерение отношения с помощью шкалирования.

35. Характеристика модели Фишбейна при расчёте отношения к торговой марке (фирме). Расчёт отношения методом «Идеальной точки».

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

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

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

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

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

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

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

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

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

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

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

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

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

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

- результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;
- результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;
- результаты выполнения контрольных работ;
- результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;
- результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);
- посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;
- своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.
- результаты прохождения контрольных точек по дисциплине (при использовании балльно-рейтинговой системы)

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

Формирование оценки текущего контроля успеваемости 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 нарушениям и зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	<i>Аудiallyно-кинестетические</i> , предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения:
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	<i>визуально-кинестетические</i> , предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; <i>аудио-визуальные</i> , основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; <i>аудио-визуально-кинестетические</i> , базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
С нарушениям и слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	<i>визуально-кинестетические</i> , 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:
	Слабослышащие . Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	<i>аудио-визуальные</i> , основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; <i>аудiallyно-кинестетические</i> , предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; <i>аудио-визуально-кинестетические</i> , базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
С нарушениям и опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	<ul style="list-style-type: none"> – <i>визуально-кинестетические</i>; – <i>аудио-визуальные</i>; – <i>аудiallyно-кинестетические</i>; – <i>аудио-визуально-кинестетические</i>.

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	– <i>устная проверка:</i> дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – <i>с использованием компьютера и специального ПО:</i> работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	– <i>письменная проверка:</i> контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – <i>с использованием компьютера и специального ПО:</i> работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.
С нарушениями опорно-	– <i>письменная проверка, с использованием специальных технических средств</i> (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.):

двигательного аппарата	<p>контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</p> <p>– <i>устная проверка, с использованием специальных технических средств</i> (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</p> <p>– <i>с использованием компьютера и специального ПО</i> (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.</p>
------------------------	---

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 определения 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.