

## Αναλυτικό Πρόγραμμα Μάρκετινγκ Γ΄ Λυκείου

### Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης

#### **5. Αξιολόγηση μαθήματος στη βάση Δεικτών**

Οι Δείκτες Επιτυχίας – Δείκτες Επάρκειας καθορίζουν τα διδακτέα (έννοιες, πληροφορίες, δεξιότητες, τρόπο σκέψης και στρατηγικές, στάσεις και αξίες), τα οποία οι μαθητές/τριες πρέπει να κατακτήσουν στη Γ΄ Λυκείου.

Η αξιολόγηση του μαθητή/τριας έχει σαν στόχο τη συνεχή βελτίωση του. Τα είδη αξιολόγησης που χρησιμοποιεί ο εκπαιδευτικός είναι η αρχική διαγνωστική αξιολόγηση, η διαμορφωτική και η τελική αξιολόγηση. Η αρχική αξιολόγηση γίνεται στην αρχή του μαθήματος με σκοπό να εντοπίσει ο εκπαιδευτικός αν υπάρχουν οι προαπαιτούμενες γνώσεις και να μπορέσει να στηρίξει εξατομικευμένα τους μαθητές που παρουσιάζουν αδυναμίες. Πολύ σημαντικό μέρος της αξιολόγησης αποτελεί και η διαμορφωτική αξιολόγηση, μια συνεχής διαδικασία, κατά την οποία οι μαθητές/τριες αξιολογούνται στην κατανόηση εννοιών μάρκετινγκ. Στη συνέχεια ο καθηγητής/τρια, διορθώνει τυχόν λάθη συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην ενίσχυση της κατανόησης.

Η τελική αξιολόγηση αξιολογεί τη συνολική επίδοση των μαθητών/τριών (γνώσεις, δεξιότητες, στάσεις). Αποτελεί τη τελική ανατροφοδότηση τόσο για τους καθηγητές/τριες όσο και για τους μαθητές/τριες για την επίτευξη των μαθησιακών επιτευγμάτων.

Οι μαθητές/τριες αξιολογούνται με δύο εξεταστικά δοκίμια ανά τετράμηνο, γραπτές ασκήσεις και άλλου είδους εργασίες. Επιπρόσθετα, η αξιολόγηση των μαθητών/τριών περιλαμβάνει ένα εξεταστικό δοκίμιο κατά την τελική εξέταση και άλλες εργασίες, όπως για παράδειγμα, η ανάθεση μικρών εργασιών, οι διαθεματικές εργασίες τύπου project κ.ά. Η δομή των εξεταστικών δοκιμίων διαμορφώνεται με τρόπο, ώστε να συνάδει με τους Δείκτες Επιτυχίας – Δείκτες Επάρκειας και περιλαμβάνουν δραστηριότητες που αφορούν τη γνώση των διαφόρων εννοιών που έχουν άμεση σχέση με το μάρκετινγκ. Τέλος συστήνεται η τήρηση φακέλου εργασιών, τύπου portfolio.