

**Приложение 2 к РПД Разработка мультимедийных продуктов
44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
Направленность (профили) Художественное образование. Дизайн
Форма обучения – очная
Год набора - 2021**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Искусств и дизайна
2.	Направление подготовки	44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)
3.	Направленность (профили)	Художественное образование. Дизайн
4.	Дисциплина	Разработка мультимедийных продуктов
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2021

2. Перечень компетенций

<p>ПК-2 Способен проектировать и проводить учебно-производственный процесс при реализации образовательных программ различного уровня и направленности, в том числе среднего профессионального образования и дополнительным профессиональным программам.</p> <p>ПК-3 Способен осуществлять организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных образовательных программ</p>
--

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
1 Раздел. Введение. Мультимедийные технологии.	ПК-2, ПК-3	основные мультимедийные устройства, принцип их действия и функциональное предназначение;	использовать основные программные пакеты мультимедиа	владения методами практической работы по управлению мультимедиа	Защита реферата.
2 Раздел. Средства разработки мультимедиа - приложений.	ПК-2, ПК-3	программы построения, обработки и виртуального комбинирования графических,	использовать мультимедийные эффекты (виртуальный фотоальбом, слайд-шоу, видеоклип	владения методами практической работы по управлению мультимедиа	Лабораторная работа
3 Раздел. Программные продукты мультимедиа.	ПК-2, ПК-3	программы построения, обработки и виртуального комбинирования графических,	использовать мультимедийные эффекты (виртуальный фотоальбом, слайд-шоу, видеоклип	владения методами практической работы по управлению мультимедиа	Лабораторная работа
4 Раздел. Технологии разработки мультимедийного проекта.	ПК-2, ПК-3	программы построения, обработки и виртуального комбинирования графических, анимационных, аудио и видеофайлов	конвертировать и демонстрировать аудио и видеофайлы	владения методами практической работы по управлению мультимедиа	Лабораторная работа Итоговый проект

Шкала оценивая в рамках балльно-рейтинговой системы

«2» - 60 баллов и менее, «3» - 61-80 баллов, «4» - 81-90 баллов, «5» - 91-100 баллов.

4. Критерии и шкалы оценивания

4.1 Защита рефератов.

Критерии оценки выступления студентов с докладом, рефератом, на семинарах

Баллы	Характеристики ответа студента
5	<ul style="list-style-type: none">- студент глубоко и всесторонне усвоил проблему;- уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает;- опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью;- умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи;- делает выводы и обобщения;- свободно владеет понятиями
3	<ul style="list-style-type: none">- студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы;- не допускает существенных неточностей;- увязывает усвоенные знания с практической деятельностью;- аргументирует научные положения;- делает выводы и обобщения;- владеет системой основных понятий
2	<ul style="list-style-type: none">- тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент усвоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы;- допускает несущественные ошибки и неточности;- испытывает затруднения в практическом применении знаний;- слабо аргументирует научные положения;- затрудняется в формулировании выводов и обобщений;- частично владеет системой понятий
0	<ul style="list-style-type: none">- студент не усвоил значительной части проблемы;- допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее;- испытывает трудности в практическом применении знаний;- не может аргументировать научные положения;- не формулирует выводов и обобщений;- не владеет понятийным аппаратом

4.2. Работа на практических занятиях.

40 баллов выставляется, если студент выполнил четыре практические работы, правильно произвел построение, аргументировав их, с обязательной ссылкой на соответствующие правила построения (если по содержанию это необходимо).

20 баллов выставляется, если студент выполнил две практические работы, правильно произвел построение, аргументировав их, с обязательной ссылкой на соответствующие правила построения (если по содержанию это необходимо). Имеются недочеты в построении модели.

0 баллов - если студент не выполнил практические работы, и/или неверно указал варианты решения.

4.4 Основные критерии оценки проекта

Наименование критерия	Баллы
<i>оригинальность работы</i> (оценивается индивидуальность творческого мышления, оригинальность используемых средств)	5
<i>качество и сложность технического исполнения работы</i> (оценивается обоснованность и рациональность выбора использованных инструментов и средств)	5

качество художественного исполнения (оценивается художественный уровень произведения, дизайн элементов оформления, гармоничное цветовое сочетание, качество композиционного решения)	5
Максимально баллов	15

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.1 Примеры практических занятий.

Мультимедийные технологии.

Применение технологии мультимедиа в системах интеллектуальной поддержки управленческих решений. MS Power Point. Технология создания презентаций

Представление информации в форме презентаций различного типа: выбор типа презентации, подбор шаблонов содержания и оформления, использование элементов деловой графики, анимации объектов, задание режимов воспроизведения объектов на слайде и смены слайдов.

2 Программные продукты мультимедиа.

Основы создания видео файлов. Добавление фона, анимация статического и динамического текста, гиперссылки, создание слайдов, видео изображений.

Информационное наполнению ролика, использование возможности создания видео файлов по предлагаемым шаблонам в программе Sony Vegas Pro.

3 Интерактивные системы моделирования.

Виды. Технологии создания. Создание трехмерных моделей на основе простых двумерных фотографий. Представление информации в форме презентаций.

4 Технологии разработки мультимедийного проекта.

Создание видео ролика на тему. Использование фотоизображений, музыки, видео, речи, текста, эффектов.

5.2 Пример проекта.

На основе фирменного стиля, разработанного вами в рамках дисциплины «Компьютерная графика» создайте анимированные баннеры, задачей которых является проведения рекламной компании по продвижению вашей компании (фирмы) в сети Internet:

- векторные в формате Adobe Flash следующих типов (тизеры, вертикальный прямоугольник);
- растровый баннер в формате.gif.

Общие рекомендации по построению эффективного баннера:

1. Качество графики и анимации должны быть выполнены на высоком профессиональном и художественном уровне.
2. Баннер должен быстро загружаться, поэтому не используйте большое количество эффектов при создании баннера.

3. Продолжительность баннера должна быть не более 5 секунд. Если сюжет баннера будет длиться дольше, вряд ли его досмотрят до конца.
4. Быть оригинальным (запоминаться), возможно быть интригующим (пробуждать любопытство), но одновременно давать представление о характере рекламируемого сервера/услуг и создавать их положительный имидж.
5. Для рекламных носителей в Интернете, прекрасно работает формула AIDA (attention, interest, desire, action), известная в традиционной рекламе. Формула представляет собой последовательность задач, которые стоят перед рекламным обращением:
 - **attention** – привлечение внимания к рекламному обращению. Если пользователь не обратит внимание на рекламу в течение хотя бы доли секунды, то, разумеется, ничего не случится, и толк от такой рекламы практически нулевой. За привлечение внимания отвечает как место размещения, так и само рекламное обращение – насколько оно заметно и контрастирует с окружением. Плюсом здесь, безусловно, является анимация;
 - **interest** – вызов интереса к предмету рекламы. Задача – за ту долю секунды, в течение которой пользователь обратил свой взгляд на рекламу, задержать его внимание и заинтересовать. Особое значение имеет – исполнение и рекламный креатив, апелляция к аудитории;
 - **desire** – стимуляция желания воспользоваться рекламируемым предложением;
 - **action** – действие. В большинстве случаев щелчок мышкой и переход на сайт рекламодателя, все последующие действия (включая участие, покупку и т.д.).

Использование анимации.

Движение приковывает взгляд. То же касается анимированных баннеров. По статистике, отклик у них на 25% выше, чем у их статичных собратьев. Самое сложное здесь – добиться максимальной эффектности при небольшом размере файла изображения. Анимированные баннеры хороши еще и тем, что часто позволяют донести рекламное сообщение более эффективно. Например, обыгрывать сюжеты «вопрос-ответ», «проблема-решение» и т.д., развернуто (за несколько кадров) рассказывать о преимуществах рекламируемого объекта и т.д. Здесь важным также является и скорость анимации (смены кадров). К примеру, чересчур медленная смена кадров равносильна использованию статичных баннеров (пользователь может не задержать свой взгляд и дождаться следующего кадра), а слишком быстрая анимация не дает возможности прочитать (рассмотреть) рекламное сообщение каждого кадра.

Изображения.

Старайтесь (если это не противоречит основной концепции данного баннера) использовать изображения, а не только игру текста и цветов. Изображения приковывают внимание пользователя и могут дополнять смысл рекламного слогана. При прочих равных условиях следует отдавать предпочтение изображениям людей (лучше женщин, т.к. большая часть пользователей Рунета – мужчины). Старайтесь органично встроить изображение, а не просто поместить его как прямоугольную часть баннера.

Цвета.

Используйте яркие цвета – они привлекают к себе взгляд пользователя. Как пишут некоторые специализированные издания, голубой, зеленый и желтый цвета предпочтительней, чем белый, красный и черный. Подберите оптимальное сочетание

цветов для баннера. Ниже приведен список некоторых распространенных цветовых сочетаний в порядке постепенного ухудшения восприятия их пользователем:

- синий на белом;
- черный на желтом;
- зеленый на белом;
- черный на белом;
- зеленый на красном;
- красный на желтом;
- красный на белом;
- оранжевый на черном;
- черный на пурпурном;
- оранжевый на черном;
- черный на пурпурном;
- оранжевый на белом;
- красный на зеленом.

Креатив в изготовлении баннеров

Креатив в изготовлении баннеров можно определить, как нестандартный подход в разработке. Это может быть:

- необычный дизайн (картинка);
- нестандартные сочетания цветов/расположение объектов;
- звуковое сопровождение, видеовставки;
- интерактив (взаимодействие пользователя и ролика);
- остроумный и запоминающийся сюжет;
- динамичная анимация, когда весь ролик смотрится «на одном дыхании».

5.3 Примерные темы рефератов

1. Понятийный аппарат: мультимедиа, мультимедиа технология, мультимедийный продукт. Основные черты мультимедиа-продукта.
2. Классификация, характеристики и области применения мультимедиа приложений.
3. Аппаратные средства мультимедиа.
4. Программные средства мультимедиа.
5. Представление видеосигнала в цифровой форме, дискретизация и квантование видеосигнала, кодирование, аналогово-цифровые и цифро-аналоговые преобразователи.
6. Видеоданные: основные принципы и форматы представления видеоданных. Методы сжатия видеоинформации, цифровые форматы сохранения видеозаписи.
7. Цифровая обработка аудио- и видеосигналов: преимущества и недостатки обработки аудио- и видеосигналов в форме.
8. Основные параметры звуковой волны: частота, длина, период колебаний, амплитуда.
9. Представление аудиосигнала в цифровой форме: преобразование звуковых волн в электрический сигнал, уровень электрического сигнала, моно и стерео запись звука, дискретизация и квантование звукового сигнала, цифровая обработка звуковых сигналов, системы сжатия цифровых аудиосигналов.
10. Основные принципы и форматы представления звуковых данных на компьютере.
11. Классификация средств компьютерной анимации. Презентационные пакеты.

12. Программы двумерной анимации, используемые для создания динамических изображений и спецэффектов в кино.
13. Программы для двумерного моделирования, применяемые для дизайнерских и инженерных разработок.
14. Пакеты двумерной анимации, используемые для создания рекламных и музыкальных клипов и кинофильмов.
15. Комплексы для обработки видеоизображений, необходимые для наложения анимационных спецэффектов на видеозапись.
16. Программы для научной визуализации.
17. Режиссура мультимедиа как соподчинение компонентов содержательной формы создаваемого мультимедиа-проекта и как руководство коллективным творческим процессом.
18. Литературный и постановочный сценарий. Режиссерская разработка. Основные этапы реализации режиссерского замысла.
19. Организация интерактивного художественного пространства. Использование выразительных средств звука и изображения.
20. Монтаж видеоизображения, его основные функции и виды.
21. Специфические особенности режиссуры презентационных программ и мультимедиа-рекламы, интерактивных игр и развлекательных программ, обучающих и образовательных программ.
22. Изобразительная экспликация мультимедиа-программы. Эскизы, раскадровка.
23. Основные выразительные средства операторского искусства: светотональная и колористическая композиция, крупность плана, ракурс, движение камеры, изобразительные спецэффекты.
24. Создание звукового ряда мультимедиа-композиции с использованием разнообразных средств художественной звуковой выразительности.
25. Речь, шумы, музыка как основные элементы образного языка мультимедиа-программы.
26. Акустические характеристики звука. Звукозрительный экранный образ. Способы сочетания звука и изображения.
27. Технологические этапы создания звукового ряда мультимедиа-программы: запись речи, музыки и шумов, звуковой монтаж фонограммы, сведение звуковых компонентов.
28. Сценарий и фильм. Тема, фабула, сюжет, композиция киносценария. Драматический конфликт и характер в киносценарии.
29. Сцена и эпизод. Элементы киносценария. Жанры кинодраматургии.
30. Особенности кинодраматургии неигровых видов кино и художественной мультипликации.
31. Создание интерактивных драматургических структур в мультимедиа-проектах.
32. Специфические особенности драматургии презентационных программ и мультимедиа-рекламы, интерактивных игр и развлекательных программ, обучающих и образовательных программ.
33. Монтаж как технический прием, как форма художественного мышления. Монтаж восприятия.
34. Формы монтажа: технический, конструктивный, художественный.
35. Виды монтажа: повествовательный, параллельный, перекрестный, ассоциативный.
36. Внутрикадровый монтаж. Междукладовый монтаж. Звукозрительный (экранный) образ как результат монтажа звука и изображения.
37. Основные особенности обучения с образовательным мультимедиа: перспективы изучения и использования мультимедиа для реализации образовательных целей. Преимущества и недостатки применения мультимедиа в образовании.

38. Модели использования мультимедиа в образовании. Классификация Andersen по четырем педагогическим моделям, охватывающим наиболее общее использование приложений мультимедиа. Другие классификации. Примеры использования мультимедиа в линейных и нелинейных моделях обучения, и модели «управляемое открытие». Индивидуальная и групповая работа на компьютере.
39. Педагогические обоснования выбора мультимедиа-продуктов и моделей использования в образовании в соответствии с различными экспертными подходами авторским наработками.
40. Подходы к обучению с применением мультимедиа.
41. Выработка обучающимися собственной концепции обучения.
42. Стратегии обучения с применением мультимедиа: Мультимедиа как интеллектуальный инструмент.
43. Когнитивность. Понятие «когнитивные учебные средства».
44. Конструктивное и критическое мышление при создании мультимедиа продуктов.
45. Активное обучение и интерактивность мультимедиа: различные степени контроля обучаемым учебного процесса.
46. Стратегии обучения и метапознание. Уровни реализации стратегии обучения.
47. Типология стратегий обучения. Управление информацией и применение стратегий обучения.
48. Самостоятельное обучение с применением мультимедиа, как комплекс стратегий метапознания. Организация метакогнитивного процесса – рефлексии собственного обучения.
49. Решение познавательных задач с помощью мультимедиа игр.
50. Социальное взаимодействие. Организация обучения в группах.
51. Современные тенденции развития образовательных мультимедиа.

5.4 Примерный перечень вопросов к зачёту

1. Мультимедиа как средство социокультурной коммуникации.
2. Методы разработки интерактивных медиа.
3. Технический замысел и технические средства и технологии реализации мультимедийного произведения
4. Видео как канал коммуникации и как средство художественного выражения.
5. Мультимедиа как синкретичная форма творчества.
6. Мультимедиа как предмет бизнеса и маркетинговый инструмент.
7. Истоки зарождения мультимедиа.
8. Монтаж как основной принцип композиционной организации мультимедийного произведения
9. Выразительные средства звуковой образности в видеороликах
10. Сферы применения мультимедиа.
11. Классификация мультимедийных продуктов.
12. Компании, выпускающие мультимедийные продукты.
13. Средства разработки мультимедийных продуктов.
14. Использование визуальных спецэффектов: принцип «необходимое плюс достаточное»
15. Сценарий музыкального клипа как состояние видеоматериала
16. Последовательность кадров как история. Ассоциативный ряд.
17. Построение композиции кадра и мизанкадра
18. Особенности монтажа музыкального видео: интуитивность и творческий процесс.
19. Интерфейс и базовые принципы работы с программой Adobe Premiere Pro
20. Анимация титров с помощью эффектов перехода.
21. Работа с эффектами цветокоррекции.
22. Применение аудио-эффектов и их настройка.