

Компонент ОПОП 44.03.01 Педагогическое образование
Направленность (профиль) Художественное образование
наименование ОПОП
Б1.В.ДВ.06.02
шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины
(модуля)**

Разработка мультимедийных продуктов

Разработчик:
Иванова Е.А.,
старший преподаватель
кафедры искусств и дизайна

Утверждено на заседании кафедры
искусств и дизайна
протокол № 6 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой искусств и дизайна

 _____ Терещенко Е.Ю. _____
подпись

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
ПК-1 Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач	ИД-1 ПК-1 Знает структуру, состав и дидактические единицы предметной области (преподаваемого предмета). ИД-2 ПК-1 Умеет осуществлять отбор учебного содержания для его реализации в различных формах обучения в соответствии с требованиями ФГОС ОО. ИД-3 ПК-1 Демонстрирует умение разрабатывать различные формы учебных занятий, применять методы, приемы и технологии обучения, в том числе информационные.	- основные мультимедийные устройства, принцип их действия и функциональное предназначение; - программы построения, обработки и виртуального комбинирования графических, анимационных, аудио и видеофайлов.	- использовать основные программные пакеты мультимедиа; - использовать мультимедийные эффекты (виртуальный фотоальбом, слайд-шоу, видеоклип); - конвертировать и демонстрировать аудио и видеофайлы.	- методами практической работы по управлению мультимедиа.	- комплект заданий для выполнения практических работ; - тестовые задания; - темы докладов и презентаций;	Вопросы к зачету Результаты текущего контроля

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач.	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач.

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания лабораторных/практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка	Критерии оценивания
<i>Отлично</i>	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
<i>Хорошо</i>	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
<i>Удовлетворительно</i>	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
<i>Неудовлетворительно</i>	Задание не выполнено.

3.2 Критерии и шкала оценивания творческого индивидуального задания

Оценка	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Ориентированность в материале, полные и аргументированные ответы на дополнительные вопросы. Материал изложен логически последовательно, присутствуют самостоятельные выводы, используется материал из дополнительных источников, интернет ресурсов. Сообщение носит исследовательский характер. Используется наглядный материал (презентация).
<i>Хорошо</i>	Ориентированность в материале, но присутствуют некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении. Отсутствует наглядный материал (презентация).
<i>Удовлетворительно</i>	Трудности в подборе материала, его структурировании. Использована, в основном, учебная литература, не использованы дополнительные источники информации. Трудности в ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения, формулировке выводов. Материал изложен не последовательно, не установлены логические связи.
<i>Неудовлетворительно</i>	Доклад, информационное сообщение не подготовлено.

3.3 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
18	посещаемость 75 - 100 %
5	посещаемость 50 - 74 %
0	посещаемость менее 50 %

4. Примерные тестовые задания

1. 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.

4.1 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 привлекает 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 дожидаться 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 привлекают 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».

4.2 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 видеoinформации, 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 двухмерной анимации, используемые для создания динамических изображений и спецэффектов в кино.
13. Программы для двухмерного моделирования, применяемые для дизайнерских и инженерных разработок.
14. Пакеты двухмерной 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.

4.3 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

5. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации с зачётом

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине(модулю), то он считается аттестованным.

Оценка	Баллы	Критерии оценивания
<i>Зачтено</i>	60 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Незачтено</i>	менее 60	Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано