

Приложение 2 к РПД Разработка мультимедийных продуктов
44.03.01 Педагогическое образование
Направленность (профили) Музыкальное образование и режиссура
Форма обучения – заочная
Год набора - 2025

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

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Искусств и дизайна
2.	Направление подготовки	44.03.01 Педагогическое образование
3.	Направленность (профиль)	Музыкальное образование и режиссура
4.	Дисциплина	Б1.В.ДВ.02.02 Разработка мультимедийных продуктов
5.	Форма обучения	заочная
6.	Год набора	2025

2. Перечень компетенций

ПК-1. Способен осваивать и использовать теоретические знания и практические умения и навыки в предметной области при решении профессиональных задач

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-1	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-1	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-1	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-1	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	- 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	- 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	- 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	- 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

<i>качество художественного исполнения (оценивается художественный уровень произведения, дизайн элементов оформления, гармоничное цветовое сочетание, качество композиционного решения)</i>	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 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».

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.