

**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 № 7 от 29.03.2024

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»)
<b>Полнота знаний</b>	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.
<b>Наличие умений</b>	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочетов.
<b>Наличие навыков (владение опытом)</b>	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
<b>Характеристика сформированности компетенции</b>	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

<b>Баллы</b>	<b>Критерии оценки</b>
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 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 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. Междукадровый 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.

<b>Оценка</b>	<b>Баллы</b>	<b>Критерии оценивания</b>
<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