

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:16:00
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Наименование кафедры

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
(специальности)

Протокол №5
от «15» мая 2024 г

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.О.28 Технология аудиовизуальных коммуникаций

42.03.05 «Медиакоммуникации»

-
Медиапродюсирование и медиаменеджмент
бакалавриат

очная

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор(ы)–составитель(и):
К.пед.н.,доцент, доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Руководитель образовательной программы:

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
2. Оценочные средства по дисциплине
 - 2.1 Текущий контроль
 - 2.2 Промежуточная аттестация
3. Описание системы оценивания, шкала оценивания
 - 3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля
 - 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля
 - 3.3 Шкала перевода (для уровня подготовки бакалавриат и специалитет)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине- перечень компетенций с указанием компонентов компетенций дисциплины, как отдельного элемента ОП

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Способен применять знания цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и осознавать последствия профессиональной деятельности
		ОПК-7.2	Способен осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

2. Оценочные средства по дисциплине

2.1 Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

2.1.1 Устный опрос. Тематика для обсуждения по темам.

Тема 1. Информационное общество и процесс информатизации.

1. Теоретико-методологические подходы к информатизации общества. Основные понятия.
2. Возникновение и развитие информационных и телекоммуникационных технологий. Специфика и телекоммуникационных технологий.
3. Концепции постиндустриального и информационного общества. Понятие информационного общества, процесса информатизации, его предпосылки.
4. Государственная политика РФ в области информатизации и телекоммуникации.

Тема 2. Основы теории информации и информационной технологии

1. Понятия «информация» и «информационные ресурсы». Понятие и структура коммуникации. История развития и понятие информационных технологий (ИТ).
2. Новые информационные и телекоммуникационные технологии и современные средства их реализации.
3. Использование новых информационных и телекоммуникационных технологий в медиaprостранстве.

Тема 3. Использование компьютерных технологий в медиа

1. Работа с текстовыми процессорами, входящими в офисные пакеты.
2. Верстка полиграфических изданий. Методика подготовки текстового сообщения.
3. Универсальные правила написания текстов.
4. Специфика подготовки сообщения-новости.
5. Текст в мультимедиа системах. Основное назначение текста и его параметры. Характеристики текстового потока. Гипертекст.

Тема 4. Компьютерная обработка аудио- и видео-данных

1. Обзор и специфика программного обеспечения для создания презентаций, конвертирование в формат html, flash.
2. Создание слайд-шоу, настройка его параметров и демонстрация.
3. Методика подготовки аудиовизуальных средств распространения информации.
4. Основное программное обеспечение для обработки видео- и аудиоданных.

Тема 5. Интернет и мультимедиа

1. Интернет-технологии в медиа. Коммуникационная модель
2. Интернет, возможности различных видов коммуникации.
3. Интернет-сервисы, их сравнительная характеристика. Аудит Интернет-ресурсов.

4. Основные статистические методы оценки качества Интернет-ресурса. Учет посещаемости. Цитируемость сайтов. Позиции сайтов в поисковых системах.
5. Программное обеспечение для анализа контент сайта с точки зрения его эффективности для продвижения. Обмен ссылками, баннеры, контекстная реклама. RSS-технологии. RSS- агрегаторы новостей. Размещение пресс-релизов. Размещение сообщений в форумах, гостевых книгах, блогах. Службы рассылок.
6. Оффлайновые средства поддержки веб-сайта.

Тема 6. Технология создания веб-сайта

1. Этапы создания веб-сайта. Подготовка технического задания Интернет-проекта: критерии, содержание. Концепция структуры и дизайна веб-сайта.
2. Критерии обновления и актуализации информационного наполнения. Принципы построения системы навигации по сайту.
3. Понятие тега. Структура веб-страницы. Теги форматирования текста. Вставка графических объектов, таблиц. Стили.

Тема 7. Мультимедийные технологии в медиа

1. Классификация и области применения мультимедиа технологий. Векторная и растровая графика.
2. Понятие векторной и растровой графики. Многообразие форматов графических файлов. Форматы звуковых файлов. Возможность преобразования форматов. Физические основы сжатия звука. Типы алгоритмов сжатия.
3. Понятие анимации. Основные подходы, принципы и методы анимации. Анимация в мультимедиа системах. Основные типы и виды анимации. Широко распространенные способы создания анимации.
4. Примеры применения анимации в различных областях. Понятие мультимедиа-презентации.
5. Основные типы презентаций. Инструментальные средства создания мультимедиа-презентаций. Основные подходы к созданию мультимедиа-презентации.
6. Цифровое видео. Понятие цифрового видео. Физические принципы цифрового видео. Форматы видео. Обработка видео.

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Медиа, массовые коммуникации, коммуникация как процесс.
2. Медиакоммуникации как распространение символических форм.
3. Понятие медиа как коммуникационного посредника.
4. Основные компоненты медиа.
5. Формы коммуникации.
6. Изображение и эволюция изображения.
7. Факторы развития аудиовизуальной коммуникации (технические, социальные, экономические, культурные).
8. Аудиовизуальная коммуникация, медиа и искусство.
9. Автоматическая фиксация образа и фиксация движения.
10. Предшественники аудиовизуального бума
11. Эксперименты в сфере “звуковой культуры”.
12. Эксперименты в области телевидения.
13. Формирование экранного языка как нового искусства. Дэвид Уарк Гриффит, Ж. Мельес, А. Ханжонков.
14. Рождение анимации.
15. Возникновение и формирование трех основных направлений кино в СССР: «киноправда», историко-монтажное кино, сценарный.
16. Американская (Гриффит) и советская (Эйзенштейн) школы монтажа.
17. Эпоха радио.
18. Экспериментальный этап телевидения: от механического к электронному.
19. Мировые телевизионные державы.
20. Движение к массам.
21. Аудиовизуальные медиа и пропаганда (конец 30-х гг. XX века и Вторая мировая война).
22. Война «смыслов» и «образов» (плакаты, карикатуры, комиксы).
23. Кино, искусство и пропаганда.
24. Информационное общество, движение к глобальному телевидению и крупнейшая индустрия нового времени – медиаиндустрия.
25. Информация. Коммуникация.
26. Аудиовизуальные средства представления информации.
27. Основы использования аудиовизуальной информации цифровых технологиях.
28. Терминологический аппарат дисциплины.

29. Поиск и систематизация аудиовизуального контента с помощью цифровых технологий
30. Основы создания видеопрокта.
31. Технологии видеосъемки.
32. Прикладное программное обеспечение для создания видео и работы с видеоконтентом.
33. Создание видеоролика на основе слайд-шоу.
34. Разработка видеопрокта средствами прикладного программного обеспечения или онлайн ресурсов.

2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления дискуссий.

1. Интернет-сервисы, их сравнительная характеристика.
2. Аудит Интернет-ресурсов.
3. Основные статистические методы оценки качества Интернет-ресурса.
4. Учет посещаемости. Цитируемость сайтов.
5. Позиции сайтов в поисковых системах.
6. Программное обеспечение для анализа контент сайта с точки зрения его эффективности для продвижения.
7. Обмен ссылками, баннеры, контекстная реклама.
8. RSS-технологии.
9. RSS- агрегаторы новостей.
10. Размещение пресс-релизов.
11. Размещение сообщений в форумах, гостевых книгах, блогах.
12. Службы рассылок.
13. Оффлайновые средства поддержки веб-сайта.

2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика дискуссий.

- 1 Особенности визуальной коммуникации в виртуальной среде.
- 2 Специфика публикации аудиовизуальных материалов в социальной среде Интернета.
- 3 Роль социальных сетей в современной информационной среде.
- 4 Понятие визуализации информации. Прикладные аспекты визуализации информации
- 5 Креативный подход в решении актуальных проблем в аудиовизуальных индустриях (кино, музыка, зрелища): анализ аудиовизуального медиаконтента
- 6 Проектная деятельность с проведением креативных социологических исследований и поиском эффективных форм креативной деятельности в аудиовизуальных отраслях.
- 7 Исследование эффективности существующих каналов медиакommunikаций основных объектов и субъектов аудиовизуальных индустрий.
- 8 Способы медиометрии аудиовизуального контента.
- 9 Специфика менеджмента и маркетинга в аудиовизуальных индустриях.
- 10 Продюсирование в аудиовизуальной индустрии.
- 11 Авторские права и управление оплатой труда в аудиовизуальной индустрии.
- 12 Кинематограф как вид аудиовизуальности.
- 13 Телевидение - новый этап развития аудиовизуальной индустрии
- 14 Рынок анимации: от киномультипликации к анимадок.
- 15 Аудиовизуальная реклама.
- 16 Основы продвижения крупных культурно-массовых мероприятий и фестивалей.
- 17 Аудиовизуальный контент и его трансформация в условиях новых цифровых технологий и их влияние на развитие выразительных средств экранного и мультимедийного производства.
- 18 Целевые аудитории в аудиовизуальных индустриях.
- 19 Креативный подход в решении актуальных проблем в аудиовизуальных индустриях (кино, музыка, зрелища).
- 20 Проектная деятельность с проведением креативных социологических исследований и поиском эффективных форм креативной деятельности в аудиовизуальных отраслях.
- 21 Исследование эффективности существующих каналов медиакommunikаций основных объектов и субъектов аудиовизуальных индустрий.
- 22 Специфика менеджмента и маркетинга в аудиовизуальных индустриях.
- 23 Продюсирование в аудиовизуальной индустрии.
- 24 Авторские права и управление оплатой труда в аудиовизуальной индустрии.

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Специфика и телекоммуникационных технологий.
2. Концепции постиндустриального и информационного общества.
3. Понятие информационного общества, процесса информатизации, его предпосылки.
4. Государственная политика РФ в области информатизации и телекоммуникации.
5. Понятие и структура коммуникации.
6. История развития и понятие информационных технологий (ИТ).
7. Новые информационные и телекоммуникационные технологии и современные средства их реализации.
8. Использование новых информационных и телекоммуникационных технологий в медиaprостранстве.
9. Работа с текстовыми процессорами, входящими в офисные пакеты.
10. Верстка полиграфических изданий.
11. Методика подготовки текстового сообщения.
12. Универсальные правила написания текстов.
13. Специфика подготовки сообщения-новости.
14. Текст в мультимедиа системах.
15. Характеристики текстового потока. Гипертекст.

2.2.2 Практическое задание для зачета

Студент выполняет обязательное практическое задание в течение процесса подготовки непосредственно на зачете. Время выполнения задания – 20 минут. Количество слайдов в слайд-шоу – 6 слайдов.

Задание. Создать слайд-шоу с настройкой параметров.

3. Описание системы оценивания, шкала оценивания

3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля.

Перечень оценочных средств для текущего контроля	Показатели и критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
Устный опрос	Корректность и полнота ответов
Дискуссия	• соблюдение регламента (15 мин.); • характер источников (более трех источников); • подача материала (презентация); ответы на вопросы (владение материалом).
Зачет	Качество ответа, объем источников для подготовки ответа

3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

Компонент компетенции (с указанием кода)	Индикаторы достижения компетенций	Критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
ОПК-7.1: Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной	Студент способен разрабатывать предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ с учетом принципов социальной ответственности, типовых	Студент самостоятельно разрабатывает предложения по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ с учетом принципов социальной ответственности, типовых

деятельности	эффектов, осознавая последствия профессиональной деятельности	эффектов, осознавая последствия профессиональной деятельности
ОПК-7.2: Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Студент способен организовывать медиапроекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия, используя профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Студент эффективно организует медиапроекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия, используя профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

3.3 Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»