

Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования
Московский государственный институт культуры

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
факультета Медиакоммуникаций и
аудиовизуальных искусств
Кот Ю.В.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
МУЛЬТИМЕДИА КАК СРЕДА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДЮСЕРСКИХ ПРОЕКТОВ

Специальность : 55.05.04 Продюсерство

Специализация: Продюсер кино и телевидения

Квалификация (степень) выпускника: продюсер кино и телевидения

Форма обучения: очная, заочная

*(ФОС адаптирован для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины «Мультимедиа как среда для реализации продюсерских проектов» у студентов должны сформироваться компетенции: ОПК-5, ПК-11.

Коды формируемых компетенций	Наименование компетенции и ее краткая характеристика	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-5	Способен, пользуясь полученными знаниями в области культуры и искусства, навыками творческо-производственной деятельности, определять оптимальные способы реализации авторского замысла с использованием технических средств и технологий современной индустрии кино, телевидения, мультимедиа и или исполнительского искусства	<p>Знать: Основы культуры и искусств, способы реализации авторского замысла, технические средства и технологии современной индустрии кино и телевидения</p> <p>Уметь: Определять оптимальные способы реализации авторского замысла с использованием технических средств и технологий современной индустрии кино, телевидения, мультимедиа и или исполнительского искусства</p> <p>Владеть: Приемами работы с техническими средствами и технологиями современной индустрии кино, телевидения, мультимедиа и/или исполнительского искусства</p>
ПК-11	Способен разработать и осуществить концепцию дальнейшего продвижения продукта(фильма) на рынке (Постпродакшн)	<p>Знать Основы рекламной и маркетинговой деятельности, структуру и механизмы работы системы кинопроката и телеиндустрии.</p> <p>Уметь Создавать медиапродукты, востребованные сферой рекламы в области продвижения фильма</p> <p>Владеть Современными методами продвижения экранной продукции, инновационными рекламными технологиями</p>

**Паспорт
фонда оценочных средств**

по дисциплине « Мультимедиа как среда реализации продюсерских проектов»

№	Контролируемые разделы, темы, модули ¹	Формируемые компетенции	Оценочные средства		
			Количество тестовых заданий	Другие оценочные средства	Количество
				Вид	
2	Аудиовизуальная коммуникация как область культуры	ОПК-5, ПК-11	8	Комплект тематик для дискуссии	1
3	Классификация аудиовизуальных форм в сфере культуры	ОПК-5, ПК-11	8	Комплект тематик для дискуссии	1
4	Визуальная реальность как культурный конструкт	ОПК-5, ПК-11	3	Кейс-задача	1
5	Медиатизация как фактор развития современной аудиовизуальной культуры	ОПК-5, ПК-11	8	Комплект тематик для дискуссии	1
6	Аудиовизуальные технологии в системе маркетинговых коммуникаций	ОПК-5, ПК-11	6	Комплект тематик для дискуссии	1
Всего:			33	5	3

¹Наименования разделов, тем, модулей соответствует рабочей программе дисциплины.

Кейс-задача

Раздел 4. Визуальная реальность как культурный конструкт

Задание

- найти 3 (три) трейлера к кинофильмам различных жанров;
- провести анализ нарративных моделей, используемых в них;
- представить в виде презентации результаты анализа.

Критерии оценки кейс-задачи:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если:

- 1) проведенный анализ содержит основные смысловые компоненты (статус нарративной модели, проблемную ситуацию, результаты использования той или иной модели в продвижении кинофильма);
- 2) студент показал презентационные навыки в публичном представлении результатов выполнения кейс-задачи.

- оценка «не зачтено» выставляется студенту при отсутствии презентационных материалов.

Вопросы для коллоквиумов, собеседования

Раздел 2. Визуальная коммуникация как область культуры

1. Теории видения.
2. Прогностические учения о видении.
3. Визуальная грамотность как совокупность навыков и умений, необходимых для коммуникации в современном мире.
4. Зрение, видение, рассматривание, представление как различные социальные практики.
5. Визуальное как первичный механизм трансляции традиции и социальных норм.
6. Визуальное конструирование реальности.
7. Социальная и виртуальная реальность.
8. Концептуальные модели М.Маклюэна (“всемирная деревня”, “горячие и “холодные” средства), П.Вирилио (“архитектура войны”, “дромология”, “информационная бомба”, “эстетика исчезновения”) Ж.Бодрийяра (“утрата реальности”, “симулякр” и “соблазн”).

Раздел 3. Классификация визуальных форм в сфере культуры

1. Многозначность визуального образа.
2. Семиотизация зримого.
3. Субъективно-психологическая и социо-культурная интерпретации зрительного образа.
4. Изображение как знаковая система, виды знаков и кодов прочтения.
5. Визуальное как “мягкий” текст.
6. Стратегии прочтения текста. Контекст. Интертекстуальность.
7. Разграничение визуального объекта и визуального субъекта.
8. Культурные феномены визуальности: кино, дизайн, телевидение, фотография, концептуальное искусство, «public art», реклама и т.д.

Раздел 5. Медиатизация как фактор развития современной визуальной культуры

1. Визуальный поворот и медиатизация.
2. Визуальные практики медиа.
3. Медиакультура и экранные искусства.
4. Формирование каналов коммуникации средствами медиа.
5. Пассивная и активная коммуникация медиа.
6. Роль медиа в формировании социальных связей визуальных образов.
7. Операционные возможности медиа в визуализации.
8. Профанная культура и массовое воспроизводство зримых образов.

Раздел 6. Визуальная культура в системе маркетинговых коммуникаций

1. Новые визуальные технологии.
2. Манипулятивные возможности визуальных технологий.
3. Культура грамотного визуального восприятия.
4. Распознавание визуальных кодов, навигация, опыт визуальных коммуникаций в рекламе и PR.
5. Активация эмоционально-ценностных отношений личности при восприятии визуальных образов в маркетинговых коммуникациях.
6. Маркетинговая прагматика маркетинговых коммуникаций в технологическом использовании дистантной и тактильной визуальной культуры.

Критерии оценки деятельности студентов на дискуссиях:

- Подготовленность по всем вопросам темы коллоквиума;
- Использование рекомендуемой литературы;
- Наличие демонстрационных материалов (видео-кейсы, презентации и пр.) по теме обсуждаемых вопросов.

Вопросы к зачету и экзамену

1. Великое немое кино.
2. Система Станиславского. «Школа переживания».
3. Михаил Чехов «Работа актера».
4. Рождение телевидения. Его функции.
5. Игровое и неигровое кино.
6. Эффект Кулешова. Крупности планов.
7. Систем Мейерхольда (биомеханика).
8. Драматургия кино и телевидения.
9. Мизансцена в театре, кино и на телевидении.
10. Композиция кадра.
11. Понятие «операторская ось».
12. Длительность плана.
13. Режиссерская разработка.
14. Монтаж как художественное средство.
15. Параллельный монтаж.
16. Ассоциативный монтаж.
17. Звуковое оформление фильма.
18. Движение камеры и многокамерная съемка.
19. Дистанционный монтаж.
20. Внутрикадровый монтаж.
21. Приемы монтажа. Наплыв (микс).
22. Перебивка. Стоп-кадр.
23. Клиповый монтаж (дискретный).
24. Цвет, как художественно-выразительное средство.
25. Сюжет и фабула в драматургии.
26. Конфликт в драматургии.
27. Масштаб изображения. Угол зрения.
28. Особенности и сложности прямого эфира.