

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

**«Донской государственный технический университет»**

(ДГТУ)

**Кафедра «Медиапроизводство»**

**Методические указания**

**ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**по дисциплине**

**«Мультимедийные технологии в отрасли»**

**(для студентов заочной формы обучения**

**направления 42.04.01)**

**Ростов–на–Дону**

**2024**

**Кафедра «Медиатехнологии»**

**Составитель:**

**Доцент, к.т.н. Ладоша Е.Н., ст. преподаватель Махукова И.А.**

Методические указания содержат варианты контрольных работ по дисциплине «Мультимедийные технологии в отрасли» (для обучающихся заочной формы направления 42.04.01). — ДГТУ, Ростов-на-Дону, 2024.

ПРАВИЛА ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

**I.** **Выбор вопросов, входящих в контрольную работу**

Каждая контрольная работа состоит из двух теоретических вопросов:

Вопросы,на которые нужно ответить, определяются из таблицы 1 по двум последним цифрам шифра зачетной книжки. Так как в таблице имеется только 49 вариантов, то, в случае если последние две цифры образуют число, большее 49, то для выбора номера варианта от него нужно отнять50. Например, номер зачетной книжки 991064. Последние две цифры образуют число 64. Находим номер варианта: 64 – 50 = 14.

###### Таблица 1.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **шифр** | вопросы | **шифр** | вопросы |
| **00** | 1, 13 | **25** | 12, 18 |
| **01** | 2, 14 | **26** | 1, 19 |
| **02** | 3, 15 | **27** | 2, 20 |
| **03** | 4, 16 | **28** | 9, 19 |
| **04** | 5, 17 | **29** | 10, 15 |
| **05** | 6, 18 | **30** | 1, 14 |
| **06** | 7, 19 | **31** | 2, 15 |
| **07** | 8, 20 | **32** | 3, 16 |
| **08** | 1, 9 | **33** | 4, 17 |
| **09** | 2, 10 | **34** | 5, 18 |
| **10** | 3, 11 | **35** | 6, 19 |
| **11** | 4, 12 | **36** | 7, 20 |
| **12** | 5, 13 | **37** | 8, 12 |
| **13** | 6, 14 | **38** | 9, 20 |
| **14** | 7, 15 | **39** | 10, 13 |
| **15** | 2, 17 | **40** | 11, 15 |
| **16** | 3, 18 | **41** | 12, 16 |
| **17** | 4, 19 | **42** | 13, 17 |
| **18** | 5, 20 | **43** | 4, 18 |
| **19** | 1, 6 | **44** | 5, 19 |
| **20** | 2, 7 | **45** | 6, 20 |
| **21** | 4, 8 | **46** | 1, 17 |
| **22** | 5, 9 | **47** | 8, 20 |
| **23** | 6, 10 | **48** | 9, 13 |
| **24** | 7, 11 | **49** | 10, 17 |

**II.** **Требования к содержательной части контрольной работы.**

Контрольная работа по дисциплине «Мультимедийные технологии в отрасли» носит характер письменного реферата. Формулировка теоретического вопроса определяет только минимальное содержание ответа на вопрос. Подробные требования к широте охвата темы определяются на установочных лекциях преподавателем. Средний объем текстовой части ответа на первый вопрос должен соответствовать не менее, чем десяти страницам машинописного текста.

**III.** **Оформление контрольной работы**.

1. Первым пунктом контрольной работы должно быть определение номера варианта, по которому будет выполняться контрольная работа. В результате должны быть указаны номера блоков и номера заданий в этих блоках, взятые из таблицы.
2. Ответ на каждый вопрос должен начинаться с формулировки этого вопроса и заканчиваться списком литературы, использованной при ответе на данный вопрос. Для каждого литературного источника необходимо дополнительно указать использованные разделы и страницы.
3. После проверки контрольной работы преподавателем с каждым обучающимся проводится собеседование (защита контрольной работы) по охваченным в ней темам.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

* + 1. Исторические аспекты появления мультимедийных технологий.
    2. Сферы применения мультимедиа.
    3. Основные виды мультимедийных презентаций. Вариант технологии и средства создания одного из них.
    4. Особенности создания и использования рекламы с помощью средств мультимедиа.
    5. Программное обеспечение мультимедиа.
    6. Средства разработки мультимедийных продуктов.
    7. Технологии создания мультимедийных рекламных продуктов.
    8. Формы представительства рекламы в Интернете.
    9. Правовые аспекты мультимедийной рекламы.
    10. Основные виды контекстной рекламы.
    11. Мультимедиа в Интернете.
    12. Сервисы Интернета (электронная почта, FTP, IRC и ICQ, чаты и форумы, аудио, теле и видеоконференции).

Основная литература

* 1. Катунин Г.П. Мультимедийные технологии : учебное пособие / Г. П. Катунин. - 3-е изд., стер. – Санкт-Петербург: Лань, 2023. - 644 с. - ISBN 978-5-507-45645-2. - URL : https://reader.lanbook.com/book/292043.
  2. Информационные технологии : учебник для вузов / В. В. Трофимов, О. П. Ильина, В. И. Кияев, Е. В. Трофимова ; под редакцией В. В. Трофимова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 546 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18340-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534808>.
  3. Мультимедийные технологии. Социальные сервисы в образовании : практикум / Л. Н. Титова, Е. П. Жилко, Э. И. Дяминова, Р. Р. Рамазанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 131 c. — ISBN 978-5-4497-0523-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95154.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Дополнительная литература

1. О рекламе [Электронный ресурс]: федер. закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ. Доступ из справ. – правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Лучанинов Д.В. Основы разработки web-сайтов образовательного назначения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.В. Лучанинов. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. —Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70775.htmlЕ. А. Никитина. Социальные и философские проблемы информационного общества. Учебное пособие для вузов. М.: ЛАНЬ, 2023. – 76 с.
3. Интернет-реклама. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. URL: https://adindustry.ru/internet-advertising.
4. Видеоконтент. [Электронный ресурс]//https://vc.ru/marketing/146047-15-prichin-ispolzovat-video-dlya-prodvizheniya-tovarov-i-uslug..