



Інтерактивні медіатехнології

Робоча програма навчальної дисципліни (Силабус)

Реквізити навчальної дисципліни

Рівень вищої освіти	<i>Другий (магістерський)</i>
Галузь знань	18 Виробництво та технології
Спеціальність	186 Видавництво та поліграфія
Освітня програма	Технології друкованих і електронних видань
Статус дисципліни	Вибіркова
Форма навчання	очна(денна)
Рік підготовки, семестр	1 курс магістри, весняний семестр (2)
Обсяг дисципліни	4 кредити ЄКТС (<i>лекції – 18 год., лабораторні роботи – 36 год., СРС – 66 год.</i>)
Семестровий контроль/ контрольні заходи	Залік
Розклад занять	1 лекція (2 години) 1 раз на 2 тижні; 2 практичні заняття (4 години) на тиждень. Rozklad.kpi.ua
Мова викладання	Українська
Інформація про керівника курсу / викладачів	Лектор: к.т.н., доцент, доцент кафедри ТПВ, Золотухіна Катерина Ігорівна, zolotuhina.ekaterina@iit.kpi.ua Лабораторні: к.т.н., доцент, доцент кафедри ТПВ, Золотухіна Катерина Ігорівна, zolotuhina.ekaterina@iit.kpi.ua
Розміщення курсу	На гугл диску викладача та у системі КАМПУС https://drive.google.com/drive/folders/1iBKihT6NcbKZ8QzJ3Mkj834BpXfiOD45?usp=sharing

Програма навчальної дисципліни

1. Опис навчальної дисципліни, її мета, предмет вивчення та результати навчання

Мета викладання дисципліни полягає у вивченні основних понять та принципів створення інтерактивних медіа, опануванні програмних та технічних засобів для створення та редагування інтерактивних медіа, проектуванні стратегій з використанням інтерактивних медіа. Дисципліна «Інтерактивні медіатехнології» систематизує, узагальнює та поглиблює знання, набуті студентами під час вивчення дисциплін пов'язаних із теоретичними аспектами підготовки і обробки інформації, що дозволить використовувати ці знання для самостійного творчого вирішення реальних конкретних завдань з оптимізації технологічного процесу побудови маркетингових стратегій із використанням інтерактивних медіа, методів візуальної комунікації. Вона готує студентів до виконання дисертацій освітньо-кваліфікаційного рівня магістр.

Програмні компетентності

Інтегральна компетентність
Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері видавництва та поліграфії.
Загальні компетентності (ЗК)
<ul style="list-style-type: none"> — планування інтерактивних медіа відповідно до запитів замовників та потреб суспільства; — створення, розробки, редагування інтерактивних медіа з використанням сучасних програмних засобів; — використання сучасних технологій при створенні інтерактивних медіа; — компетенцій у формуванні маркетингових стратегій із використанням сучасних засобів візуальної комунікації; — компетенцій у проектуванні максимально ефективних інтерактивних структур, які б допомогли заощадити матеріальні та робочі ресурси за рахунок ефективного взаємного використання засобів різних ЗМІ.
Фахові компетентності (ФК)
<p>знання:</p> <ul style="list-style-type: none"> — теоретичні і практичні аспекти формування маркетингової стратегії із використанням сучасних засобів візуальної комунікації; — із застосування сучасних програмних та технічних засобів для розробки інтерактивних медіа; — принципів проектування ефективних сучасних конкурентоспроможних медіа кампаній з використанням крос інтерактивних медіа технологій; — основного понятійного апарату, що використовується при створенні нових медіа; — специфіку створення мультимедійного контенту з елементами інтерактивну та доповненої реальності.

Програмні результати навчання

В результаті вивчення навчальної дисципліни «Інтерактивні медіатехнології» студенти одержують знання та уміння:

Програмні результати навчання
<p>вміння:</p> <ul style="list-style-type: none"> — планувати маркетингову стратегію із використанням сучасних засобів візуальної комунікації; — оцінювати перспективи її застосування та розвитку за допомогою сучасних методик; — обирати найбільш доцільну технологію реалізації інтерактивних медіа; — орієнтуватися в цифровому медіаландшафті; — чітко формулювати і втілювати свою мету при створенні інтерактивного продукту; — доносити свої думки до творчого колективу при проектуванні інтерактивного продукту; — давати кваліфіковану оцінку творчим рішенням всім учасникам творчого колективу на всіх етапах виробничого процесу.

2. Пререквізити та постреквізити дисципліни (місце в структурно-логічній схемі навчання за відповідною освітньою програмою)

Знання нормативної частини ОП першого бакалаврського рівня ВО зі спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія», нормативної дисципліни «Проектування технологічних комплексів створення електронних видань» з ОПП другого магістерського рівня ВО.

Перелік дисциплін які базуються на результатах навчання з даної дисципліни: виробнича практика та магістерська дисертація.

3. Зміст навчальної дисципліни

Перелік тем, контрольні заходи та терміни виконання основних завдань оголошуються студентам на першому занятті.

Лекційний матеріал:

Розділ 1. Інтерактивні медіа-1: Методи візуальної комунікації.

Тема 1.1 Вступ до дисципліни. Інтерактивні медіа в сучасному суспільстві, види інтерактивних медіа. Історія інтерактивних медіа, технології, на яких вони базуються.

Розділ 2. Створення інтерактивних медіа. Засоби введення доповненої реальності як елементу інтерактиву.

Тема 2.1. Основні поняття. Історія і перспективи використання технології доповненої реальності. Створення інтерактивних медіа-додатків і використання технологій інтерактивного обміну інформацією.

Тема 2.2. Технології використання доповненої реальності.

Тема 2.3. Сфери застосування та засоби розробки доповненої реальності.

Розділ 3. Сутність і значення креативу при створенні інтерактивних медіа.

Тема 3.1. Інтерактивний контент та особливості його створення.

Тема 3.2. Засоби візуальної комунікації.

Тема 3.3. Інтерактивні форми та анкети.

Розділ 4. Основи використання інтерактивних медіа в маркетингу.

Тема 4.1. Основні інструменти інтерактивних медіа в маркетинговій діяльності

Тема 4.2. Місце інтерактивних медіа в індустрії реклами.

Тема 4.3. Поширені методи комунікацій в маркетинговій діяльності. Способи використання SMS та IVR технологій у галузі інтерактивних медіа.

Підготовка до заліку

Лабораторні роботи:

- 1 Е-mail-маркетинг, як різновид інтерактивних медіа.
- 2 Створення об'єктів доповненої реальності за допомогою онлайн-ресурсів.
- 3 Створення об'єктів доповненої реальності у середовищі Processing.
- 4 Створення елементів інтерактиву у середовищі Processing .
- 5 Проект інтерактивної листівки у середовищі Processing .
- 6 Розроблення інтерактивних проектів для сучасних видавництв.

4. Навчальні матеріали та ресурси

Базова література

1. Створення інтерактивних медіа : навчальний посібник для студентів спеціальності 8.05150102 "Технології електронних мультимедійних видань" / О. С. Євсєєв. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 136 с. (Укр. мов.) ISBN 978-966-676-608-6

2. Інтерактивні медіатехнології. Комп'ютерний практикум [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 186 «Видавництво та поліграфія» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: К. І. Золотухіна, О. Л. Благодір. – Електронні текстові дані (1 файл: 933 Кбайт). – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. – 39 с. – Назва з екрана. <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/33869>

3. Методичні рекомендації до виконання контрольних робіт з навчальної дисципліни "Створення інтерактивних медіа" для студентів спеціальності 8.05150102 "Технології електронних мультимедійних видань" заочної форми навчання / О. С. Євсєєв. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 64 с.

4. Методичні рекомендації до виконання лабораторних робіт з навчальної дисципліни "Створення інтерактивних медіа" для студентів напряму "Видавничо – поліграфічна справа" усіх форм навчання / укл. О. С. Євсєєв, Н. І. Прибиткова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 80 с. (Укр. мов.)

5. Designing Interactive Systems: People, Activities, Contexts, Technologies. [Електронний ресурс] / David Benyon, Dr. Phil Turner, Dr. Susan Turner. – Режим доступу – http://books.google.com.ua/books?id=iWe7VkfFW0zMC&pg=PA2&hl=ru&source=gbp_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

6. Digital Media: Technological and Social Challenges of the Interactive World [Електронний ресурс] / Edited by Megan A. Winget and William Aspray – Режим доступу – http://books.google.com.ua/books?id=boS5Vfh80osC&printsec=frontcover&dq=Digital+interactive+media&hl=ru&sa=X&ei=5O2PUKbnIcjGtAaqjYCYAw&redir_esc=y

7. Interactive Media [Електронний ресурс]–Режим доступу–
http://en.wikipedia.org/wiki/Interactive_media

8. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства [Текст]: [монографія] / О. С. Онищенко та ін.; Нац. акад. наук України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К.: НБУВ, 2013. – 248.

Допоміжна література

1. Castells M. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance / M. Castells // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 2008, Vol. 616, No. 1, P. 78–93.

2. Штанько В. И. Информационные технологии в контексте ситуации постмодерна / В. И. Штанько // Вісник Харківського університету. Серія: теорія культури і філософія науки. – 2000. – № 464. – С. 134–141.

3. Мультимедійні видання : навчальний посібник / Пушкар О. І., Климнюк В. Є., Браткевич В. В. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2012. – 144 с. (Укр. мов.)

Інформаційні ресурси

1. Науково-технічна бібліотека ім. Г.І. Денисенка КПІ ім. Ігоря Сікорського <http://www.library.kpi.ua>

2. Електронний архів наукових та освітніх матеріалів КПІ ім. Ігоря Сікорського <http://www.ela.kpi.ua>

Навчальний контент

5. Методика опанування навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Перелік тем, контрольні заходи та терміни виконання основних завдань оголошуються студентам на першому занятті.

№ з/п	Тема	Основні завдання	
		Контрольний захід	Термін виконання
Семестровий модуль			
Розділ 1. Інтерактивні медіа-1: Методи візуальної комунікації.			
1.	Тема 1.1. Вступ до дисципліни. Інтерактивні медіа в сучасному суспільстві, види інтерактивних медіа. Історія інтерактивних медіа, технології, на яких вони базуються <i>Література : 1-3.</i>	ЛР1	1-2 тиждень
Розділ 2. Створення інтерактивних медіа. Засоби введення доповненої реальності як елементу інтерактиву.			
2.	Тема 2.1. Основні поняття. Історія і перспективи використання технології доповненої реальності. Створення інтерактивних медіа-додатків і використання технологій інтерактивного обміну інформацією. <i>Література : 3-6</i>	ЛР2	3-4 тиждень
3.	Тема 2.2. Технології використання доповненої реальності <i>Література : 7</i>	ЛР3	5-6 тиждень
4.	Тема 2.3. Сфери застосування та засоби розробки доповненої реальності. <i>Література : 1</i>	ЛР4	7-9 тиждень
Розділ 3. Сутність і значення креативу при створенні інтерактивних медіа..			

5.	Тема 3.1 Інтерактивний контент та особливості його створення. <i>Література : 1, 7-8</i>	ЛР5	10-12 тиждень
6.	Тема 3.2. Засоби візуальної комунікації. <i>Література : 7-8</i>	ЛР5	12-14 тиждень
7.	Тема 3.3. Інтерактивні форми та анкети. <i>Література : 7-8</i>		
Розділ 4. Основи використання інтерактивних медіа в маркетингу.			
8.	Тема 4.1 Основні інструменти інтерактивних медіа в маркетинговій діяльності <i>Література : 1, 3, 8</i>	ЛР6	15-16 тиждень
9.	Тема 4.2 Місце інтерактивних медіа в індустрії реклами. Тема 4.3 Поширені методи комунікацій в маркетинговій діяльності. Способи використання SMS та IVR технологій у галузі інтерактивних медіа . <i>Література : 1, 3</i>		17-18 тиждень

6. Самостійна робота студента

Види самостійної роботи (підготовка до аудиторних занять, аналіз лекційного матеріалу за презентаціями та літературою, підготовка до лабораторних занять, а саме вивчення теоретичного матеріалу із методичних вказівок).

Для ефективного засвоєння матеріалу студенти виконують такі види самостійної роботи: підготовка до аудиторних занять (з аналізом лекційного матеріалу); підготовка до комп'ютерного практикуму; підготовка до заліку. Всього 66 год СРС з них: 6 год – на підготовку до заліку; 45 год – підготовка до аудиторних занять; 33 – підготовка до комп'ютерного практикуму.

Студенти самостійно поглиблюють теоретичні знання за тематикою лекційного матеріалу, а також в рамках самостійної роботи доопрацьовують завдання комп'ютерного практикуму, що розпочаті на аудиторних заняттях.

№	Назва теми заняття
1	Розділ 1. Інтерактивні медіа-1: Методи візуальної комунікації Тема 1.1 Вступ до дисципліни. Інтерактивні медіа в сучасному суспільстві. Історія інтерактивних медіа, технології, на яких вони базуються. Лекція 1.1.1. 1. Візуальні комунікації. Історія розвитку. 2. Комунікативність – складова нових медіа. 3. Поняття «Інтерактивні медіа». Інструменти інтерактивності. 4. Сектори застосування інтерактивних медіа. Завдання на СРС: 1. Комунікативні технології для підтримання іміджу компаній-замовників. Література: [1-4]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point.
2	Розділ 2. Створення інтерактивних медіа. Засоби введення доповненої реальності. Тема 2.1. Основні поняття. Історія і перспективи використання технології доповненої реальності. Створення інтерактивних медіа-додатків і використання технологій інтерактивного обміну інформацією Лекція 2.1.1. 1. Історичні відомості. Поява доповненої та віртуальної реальності. 2. Доповнена та віртуальні реальність. Відмінність технологій. 3. Перспективи використання технології доповненої реальності. Завдання на СРС: 1. Закріплення знань отриманих на лекції. Аналітичний огляд сучасного стану

	<p>технологій доповненої реальності. Література: [1-4]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point. Тема 2.2. Технології використання доповненої реальності. Лекція 2.2.1. 1. Принципи застосування доповненої реальності. 2. Апаратні засоби для перегляду мультимедійних додатків і видань з ефектом доповненої реальності. Завдання на СРС: 1. українські конвергентні редакції, що займаються розробкою видань з елементами доповненої реальності. . Література: [1-4]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point. Тема 2.3. Сфери застосування та засоби розробки доповненої реальності. Лекція 2.3.1. 1. Маркери та мітки доповненої реальності. 2. Порівняння факторів впливу на проектування мультимедійних видань і додатків з доповненою реальністю. 3. Аналіз програмних продуктів для створення елементів доповненої реальності та додатків. Завдання на СРС: 1. Бібліотеки доповненої реальності. Література: [1-5]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point.</p>
3	<p>Розділ 3. Сутність і значення креативу при створенні інтерактивних медіа. Тема 3.1. Інтерактивний контент та особливості його створення. Лекція 3.1.1. 1. Сутність і стратегічне значення креативу. 2. Організація творчого процесу в візуальних комунікаціях. 3. Концепція та креативна ідея. 4. Копірайтинг у візуальних комунікаціях. 5. Роль і місце дизайну в креативі. 6. Класифікація реклами та засоби її подання. Завдання на СРС: Аналіз сайтів інтерактивних медіа, формулювання набору необхідних динамічних компонентів для інтерактивних додатків та медіа-сайтів. Література: [5-7]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point Тема 3.2. Засоби візуальної комунікації. Лекція 3.2.1. 1. Форми взаємодії користувача з ресурсами 2. Візуальні засоби комунікації Завдання на СРС: «Складання маркетингового плану просування продукції сучасної конвергентної редакції / мультимедійного центру» Література: [5-15]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point. Тема 3.3. Інтерактивні форми та анкети. Лекція 3.3.1. 1. Особливості підготовки інтерактивного контенту. 2. Сервіси для створення інтерактивних медіа. Завдання на СРС: 1. Формування контенту інтерактивних медіа. Формування вимог до медіа-контенту Література: [5-7]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point.</p>

4	<p>Розділ 4. Основи використання інтерактивних медіа в маркетингу. Тема 4.1. Основні інструменти інтерактивних медіа в маркетинговій діяльності. Лекція 4.1.1. 1. Апаратно-програмні комплекси для створення інтерактивних медіа. 2. Особливості вибору програмних засобів залежно від виду інтерактивного продукту. Завдання на СРС: 1. Юзабіліті-аудит інтерактивних медіа. Література: [3, 4]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point.</p> <p>Тема 4.2. Місце інтерактивних медіа в індустрії реклами. Лекція 4.2.1. 1. Вибір технічних засобів відповідно до параметрів інтерактивного контенту. 2. Рекламні інтерактивні медіа, особливості їх створення та подання. Завдання на СРС: Закріплення знань, отриманих на лекції. Література: [3,4]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point.</p> <p>Тема 4.3. Поширені методи комунікацій в маркетинговій діяльності. Способи використання SMS та IVR технологій у галузі інтерактивних медіа Лекція 4.3.1. 1. Чинники, що впливають на якість інтерактивного продукту. 2. Зручність інтерактивних медіа для споживачів контенту. Завдання на СРС: Закріплення лекційного матеріалу. Література: [3,4]. Дидактичний матеріал: презентація лекцій у програмі Power Point</p>
---	--

Політика та контроль

7. Політика навчальної дисципліни (освітнього компонента)

Відвідування занять

Відвідування лекцій та лабораторних занять, а також відсутність на них, не оцінюється. Однак, студентам рекомендується відвідувати заняття, оскільки на них викладається теоретичний матеріал та розвиваються навички, необхідні для виконання лабораторних робіт. Система оцінювання орієнтована на отримання балів за активність студента, а також виконання завдань, які здатні розвинути практичні уміння та навички.

Правила поведінки на заняттях

Студент має бути активним, надавати короткі відповіді на поставлені викладачем запитання в процесі обговорення лекційного матеріалу. На лекціях має місце відключення телефонів. При дистанційному навчанні використання засобів зв'язку для пошуку інформації на гугл-диску викладача є рекомендованим.

Правила захисту робіт

Лабораторні та практичні роботи мають бути не лише виконані, а й захищені, шляхом відповіді на поставлені викладачем запитання щодо етапів виконання робіт, теоретичного матеріалу тощо.

Правила призначення заохочувальних та штрафних балів

Заохочувальні бали		Штрафні бали	
Критерій	Ваговий бал	Критерій	Ваговий бал
Активна участь в ході усних	1 бал, але	Порушення строків виконання	-1 бал за

опитувань на лекціях, на лабораторних роботах (за кожну роботу)	не більше 5 балів за семестр	та захисту лабораторної роботи (за кожну роботу)	кожен тиждень запізнення (на період воєнного стану - скасовано)
---	------------------------------	--	---

Політика дедлайнів та перескладань

Порушення строків виконання та захисту лабораторної роботи призводить до зменшення кількості балів, які студент може отримати за виконання та захист робіт. Всі практичні та лабораторні роботи мають бути виконані та захищені до семестрового контролю. Усі перескладання здійснюються відповідно до регламенту затвердженого у КПІ ім. Ігоря Сікорського. Результат тестів для студента(-ки), який не з'явився на контрольний захід, є нульовим. У разі відсутності у день написання тесту студент, що надав довідку про хворобу може, поза межами аудиторних годин, написати тест. Повторне написання тесту не допускається.

Процедура оскарження результатів контрольних заходів

Студенти мають можливість підняти будь-яке питання, яке стосується процедури контрольних заходів та очікувати, що воно буде розглянуто згідно із наперед визначеними процедурами.

Студенти мають право оскаржити результати контрольних заходів, але обов'язково аргументовано, пояснивши з яким критерієм не погоджуються відповідно до оціночного листа та/або зауважень.

Академічна доброчесність

Політика та принципи академічної доброчесності визначені у розділі 3 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

Норми етичної поведінки

Норми етичної поведінки студентів і працівників визначені у розділі 2 Кодексу честі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». Детальніше: <https://kpi.ua/code>.

Інклюзивне навчання

Навчальна дисципліна «Інтерактивні медіатехнології» може викладатися для більшості студентів з особливими освітніми потребами, окрім студентів з серйозними вадами зору, які не дозволяють виконувати завдання за допомогою персональних комп'ютерів, ноутбуків та/або інших технічних засобів.

Навчання іноземною мовою

Враховуючи специфіку навчальної дисципліни, деякі поняття та навчальний матеріал вивчаються на англійській мові (фрагментарно).

Враховуючи студентоцентрикований підхід, за бажанням студентів, допускається вивчення матеріалу за допомогою англійськомовних онлайн-курсів за тематикою, яка відповідає тематиці конкретних занять.

Позааудиторні заняття

Практичне заняття та публічний захист робіт може бути проведений у Науково-технічній бібліотеці ім. Г.І. Денисенка (за попередньою згодою).

8. Види контролю та рейтингова система оцінювання результатів навчання (PCO)

Календарний контроль

Метою проведення календарного контролю є підвищення якості навчання студентів та моніторинг виконання графіка

Критерій		Перший календарний контроль	Другий календарний контроль	
Термін календарного контролю		8-ий тиждень	18-ий тиждень	
Семестровий (кредитний) модуль 1				
Умови отримання позитивної оцінки	Поточний рейтинг	≥ 19 балів	≥ 26 балів	
	Лабораторні роботи	ЛР №1	+(max 10)	+(max 10)
		ЛР №2	+(max 10)	+(max 10)
		ЛР №3		+(max 10)
		ЛР №4		+(max 10)
		ЛР №5		+(max 10)
		ЛР №6		+(max 20)
Поточний контрольний захід	МКР	+(max 15)	+(max 15)	

№ з/п	Контрольний захід оцінювання	%	Ваговий бал	Кількість	Разом
1.	Лабораторна робота	70%	10	7	70
2.	Модульна контрольна робота*	30%	15	2	30
	Разом				100

* Модульні контрольні роботи (тести) ґрунтуються на виконанні завдань практичного спрямування та складаються кожна із чотирьох запитань відповідно до обраного варіанту. У разі, якщо студент надав повну, обґрунтовану відповідь на кожне із чотирьох запитань, він може отримати максимально 15 балів, якщо є неточності, неправильні відповіді, неповні відповіді, оцінка варіюється в діапазоні 0...14 бали.

Семестровий контроль: залік

Результати лабораторних робіт оголошуються кожному студенту окремо у присутності або в дистанційній формі та супроводжуються оціночними листами, в яких студенти можуть побачити свою оцінку за певними критеріями, а також позначення основних помилок та коментарі до них.

Результати модульної контрольної роботи вказуються на бланках для модульної контрольної роботи (завдання, які виконували студенти) з позначенням коректної або некоректної відповіді, а також з коментарями, зауваженнями тощо.

Студенти, які виконали всі умови допуску до заліку та мають рейтингову оцінку 60 і більше балів, можуть отримати залік «автоматом».

Кількість балів за семестр складається з суми балів за роботи комп'ютерного практикуму, модульні контрольні роботи-тести. В результаті загальна кількість балів за семестр складає 100 балів. Студенти, які набрали протягом семестру не менше ніж 45 балів та не більше 59 балів, зобов'язані скласти залікову контрольну роботу. У цьому разі рейтингова оцінка складається з результатів залікової контрольної роботи.

Залікова контрольна робота оцінюється із 100 балів. Контрольне завдання цієї роботи складається з чотирьох запитань з переліку, що наданий у силабусі.

Кожне запитання оцінюється з 25 балів за такими критеріями:

- «відмінно» – повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації), надані відповідні обґрунтування та особистий погляд – 25 - 23 балів;
- «добре» – достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), що виконана згідно з вимогами до рівня «умінь», або незначні неточності) – 22...20 балів;

– «задовільно» – неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації, що виконана згідно з вимогами до «стереотипного» рівня та деякі помилки) – 19...14 балів;

– «незадовільно» – незадовільна відповідь – 0 балів.

Таблиця відповідності рейтингових балів оцінкам за університетською шкалою:

Кількість балів	Оцінка
100-95	Відмінно
94-85	Дуже добре
84-75	Добре
74-65	Задовільно
64-60	Достатньо
Менше 60	Незадовільно
Не виконані умови допуску	Не допущено

9. Додаткова інформація з дисципліни (освітнього компонента)

9.1. Можливість зарахування

Визнання результатів неформальної/інформальної освіти регулюється «Положенням про визнання в КПІ ім. І. Сікорського результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті», згідно з яким визнання результатів навчання проводиться до початку семестру. Згідно п. 2.3. Положення визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті дозволяється для освітніх компонентів, які входять до навчального плану, за яким навчається здобувач, з другого семестру. Відповідно, для цього освітнього компонента – не передбачено.

9.2 Питання на залік

«Інтерактивні медіатехнології»

1. Дайте визначення та характеристику нових соціальних медіа. Наведіть види сучасних інтерактивних медіа.
2. Дайте визначення та характеристику інтерактивних медіа. Особливості та правила подання матеріалу в сучасних інтерактивних медіа.
3. Наведіть основні конфігурації інтерактивності з точки зору спрямованості дій учасників комунікаційного процесу.
4. Способи реалізації інтерактивності для різних груп засобів візуальної комунікації.
5. Види інтерактивних опитувань. Правила та переваги інтерактивних опитувань.
6. Які види комунікації застосовуються в нових соціальних медіа ресурсах?
7. Наведіть форми взаємодії користувача з ресурсами та приклади до кожної форми.
8. Яким є основний набір функцій сервісів для створення маркетингових розсилок?
9. Наведіть рекомендації з оформлення інтерактивних листів. Які елементи впливають на конверсію?
10. В чому полягає стратегія e-mail маркетингу?
11. Якими можуть бути сегменти аудиторії, сценарії розсилок, контент для листів, очікуваний результат e-mail маркетингу?
12. За допомогою яких методів та засобів відбувається формування доповненої реальності?
13. Чим відрізняються віртуальна та доповнена реальність?
14. Доповнена реальність. Її характеристики. Приклади застосування.
15. Методи розпізнавання образів та типи задач, що покладені в систему доповненої реальності.
16. Порівняйте технології доповненої та віртуальної реальності.
17. Система доповненої реальності включає в себе: (обґрунтувати, що саме).
18. Наведіть сучасні різновиди середовищ взаємодії з користувачем.
19. Дайте характеристику доповненій реальності, що базується на маркерах.

20. За якими ознаками можна класифікувати технології доповненої реальності.
21. Програмні продукти для створення елементів доповненої реальності та додатків.
22. Дайте характеристику без маркерній технології доповненої реальності
23. Наведіть різновиди AR та принципи їх дії.
24. Що може бути маркером доповненій реальності, вимоги до нього та алгоритм розпізнавання.
25. Який використовується алгоритм розпізнавання при застосування безмаркерної технології.
26. Візуальна інерціальна одометрія – це...
27. Доповнена реальність, що базується на світлових променях – це ...
28. Інтерактивне відео у сучасних медіа. Способи його створення та розповсюдження.
29. Інтерактивна інфографіка, її роль в сучасних засобах візуальної комунікації.
30. Інтерактивні медіа технології як інструмент маркетингу.

Робочу програму навчальної дисципліни (силабус):

Складено доцент кафедри ТПВ ННВПШ, к.т.н., доцент Золотухіна Катерина Ігорівна

Ухвалено кафедрою ТПВ (протокол № 17 від 24.06.24 р.)

Погоджено Методичною комісією факультету (протокол № 5 від 24.06.2024 р.)