

**Дистанционный мультимедийный
Интернет-проект
«Физика в рекламе»**

Положение
о дистанционном мультимедийном
Интернет-проекте «Физика в рекламе»
(ДМИП «Физика в рекламе»)

1. Общие положения

1.1. Проект проводится при поддержке и организационном участии:

- 1.1.1. Управления образования города Пензы;
- 1.1.2. Муниципального казённого учреждения "Научно-методический центр г. Пензы";
- 1.1.3. Муниципального бюджетного общеобразовательного учреждения «Гимназия № 53» г. Пензы;
- 1.1.4. Портала поддержки дистанционных мультимедийных Интернет-проектов;
- 1.1.5. ГКУ «Пензенское региональное объединение бизнес-инкубаторов»;
- 1.1.6. Интернет-сообщества «Типичная Пенза».

2. Цели, задачи, форма организации проекта, основные принципы

2.1. *Цели:*

- 2.1.1. Формирование научного мировоззрения и углубление знаний физических величин, законов, теорий.
- 2.1.2. Повышение мотивации к учению.
- 2.1.3. Развитие интереса и популяризация физики среди учащихся образовательных учреждений и пользователей сети Интернет.
- 2.1.4. Формирование и совершенствование навыков использования современных информационных технологий.
- 2.1.5. Усиление сетевого взаимодействия между участниками образовательного процесса различных образовательных учреждений.
- 2.1.6. Развитие творческих способностей учащихся.

2.2. *Задачи:*

- 2.2.1. Проведение комплексного образовательного дистанционного проекта в форме соревновательной игры.
- 2.2.2. Создание и накопление банка электронных образовательных ресурсов.

2.3. *Форма организации проекта* – образовательное мероприятие, проводимое по технологии ДМИП, т.е. дистанционное соревнование рекламных агентств (команд школ), осуществляемое посредством сети Интернет (подробнее с технологией можно ознакомиться на сайте ДМИП.рф).

2.4. *Принципы, лежащие в основе ДМИП «Физика в рекламе»:*

2.4.1. *Принцип научности*

Содержание рекламной кампании должно быть основано на объективных научных фактах, теориях, законах, должно соответствовать современному состоянию наук. Выполнение этого принципа отражается в правильном отборе материала, а также в использовании научного поиска и научных методов познания.

2.4.2. *Принцип доступности и открытости*

Содержание и представление информации должны быть понятными для всех, а доступ к работам на каждом этапе должен быть свободным.

2.4.3. *Принцип наглядности*

Идея проекта не в объяснении законов, явлений и процессов, а в том, чтобы наглядно и интересно преподнести выбранную тематику, а также по возможности показать явления с различных сторон и новые области их применения.

2.4.4. Принцип компьютерной грамотности

Программное исполнение и реализация проектов рекламных агентств должно соответствовать высокому уровню знания информационных технологий.

2.4.5. Принцип эргономичности и эстетичности

Любой продукт рекламного агентства должен соответствовать общепризнанным принципам эргономичности и эстетичности, т.е. не должен быть перегружен ненужными элементами, цветовые и звуковые решения не должны превышать психологический барьер среднестатистического человеческого восприятия. Ничего «лишнего», всё «на своем месте», аккуратно и пропорционально.

3. Участники

3.1. Участниками проекта являются команды школ (рекламные агентства), состоящие из учащихся одной школы, увлекающихся физикой и компьютерными технологиями.

3.2. Каждая школа имеет свой рейтинг в проекте, который складывается из работы рекламного агентства, инициативной группы и болельщиков, то есть всей школы.

3.3. У команды школы (рекламного агентства) должна быть своя символика: название, девиз (слоган), эмблема и т.п.

3.4. Каждое агентство должно иметь внутреннюю структуру:

3.4.1. *Президент* – главное ответственное лицо. Имеет привилегированные права в общении с организаторами на сайте.

3.4.2. *Директор по рекламе* – главный «креативщик». Человек творческий, с хорошим эстетическим вкусом.

3.4.3. *Научный директор* – главный «ученый». Человек, хорошо разбирающийся в науке.

3.4.4. *Технический директор* – главный «IT-шник». Человек, лучше всего разбирающийся в информационных технологиях, аудио-видео технике и т.п.

3.4.5. *Творческая группа* – остальные члены агентства, актеры, помощники и т.д. (их количество не ограничено).

3.4.6. Допускается чтобы один человек объединял несколько должностей (например, *Президент и директор по рекламе* или *Научный и технический директор* и др.).

3.4.7. Структура агентства определяется самим агентством, с учетом пп.3.4.1.–3.4.6.

3.5. Члены агентства регистрируются на нашем сайте, указав принадлежность к своему агентству и заполнив другие обязательные поля анкеты, активность на сайте приветствуется и оценивается соответствующей оценкой в этапе «Портфолио агентства».

3.6. Представитель агентства размещает на сайте всю официальную информацию об агентстве: символика, состав агентства и другие данные.

4. Оргкомитет

4.1. Для организации и проведения проекта создается оргкомитет, осуществляющий свою деятельность в соответствии с настоящим положением.

4.2. В состав оргкомитета входят:

- 4.2.1. Председатель – Ю. А. Голодяев, начальник Управления образования города Пензы;
- 4.2.2. Заместитель председателя – М. К. Шарошкина, заместитель начальника Управления образования города Пензы;
- 4.2.3. Секретарь – С. В. Уланова, главный специалист отдела общего образования Управления образования города Пензы;
- 4.2.4. Члены оргкомитета:
 - Т. Б. Кремнева, директор МКУ «Научно-методический центр г. Пензы»;
 - Л. А. Матюхина, Начальник Отдела молодёжных инновационных программ ГКУ «Пензенское региональное объединение бизнес-инкубаторов»;
 - Р. В. Наумова, директор МБОУ «Гимназия № 53» г. Пензы;
 - В. А. Зайцев, учитель физики и информатики высшей категории МБОУ «Гимназия № 53 г. Пензы»;
 - С. С. Адамский, учитель информатики МБОУ СОШ № 30 г. Пензы.

4.3. Оргкомитет обеспечивает:

- 4.3.1. Размещение информации о сроках, условиях проведения и результатах проекта на сайте портала ДМИП.рф и в средствах массовой информации.
- 4.3.2. Планирование и организацию хода проекта.
- 4.3.3. Прием и регистрацию работ участников в системе ДМИП.рф.
- 4.3.4. Осуществление контроля за ходом проекта и процессом оценивания работ участников.

5. Порядок проведения, сроки и этапы

5.1. ДМИП «Физика в рекламе» проводится при помощи сети Интернет, посредством официального сайта проекта.

5.2. Участие в проекте бесплатное.

5.3. Каждая команда направляет заявку на участие в проекте через форму на сайте.

5.4. ДМИП «Физика в рекламе» проводится с 28 ноября 2014 года по 23 января 2015 года. Изменения сроков начала и окончания конкретных этапов публикуются на официальном сайте проекта до окончания предыдущего этапа.

5.5. Этапы проекта:

- прием заявок и регистрация участников на сайте до 28 ноября 2014 года;
- 1 этап, «Видео-приветствие» (до 5 декабря 2014 года);
- 2 этап, «Рекламный проект» (до 26 декабря 2014 года);
- 3 этап, «Тёмная лошадка» (до 20 января 2015 года);
- «Портфолио агентства» (оформляется на протяжении всего проекта, сдача до 23 января 2015 года);
- подведение итогов, награждение победителей (сообщается дополнительно).

5.6. Подробное описание этапов и задания к ним см. на официальном сайте проекта.

5.7. По ходу проекта проводится зрительское голосование, подробности на сайте проекта.

5.8. Вся информация по ходу проекта доступна в Интернет на официальном сайте. В *особых случаях* участники получают по электронному адресу дополнительные инструкции.

5.9. Работы должны быть доставлены нам не позднее установленных сроков. За опоздания снимаются баллы согласно установленной системе штрафов (см. п.7).

6. Состав жюри

- 6.1. Состав жюри определяется до 5 декабря 2014 г.
- 6.2. Членом жюри может стать любой учитель физики или информатики. От каждого образовательного учреждения допускается один учитель физики и один учитель информатики.
- 6.3. Также членами жюри могут быть преподаватели соответствующих дисциплин ВУЗов.
- 6.4. Чтобы стать членом жюри, необходимо подать заявку через официальный сайт проекта.
- 6.5. Учитель, являющийся членом жюри, не оценивает работы рекламного агентства из своего учебного заведения.
- 6.6. В случае если оценки одного из членов жюри не были получены в срок – они могут быть не приняты к рассмотрению на данном этапе.
- 6.7. Общий балл определяется как среднеарифметическое баллов тех членов жюри, оценки которых были получены вовремя.
- 6.8. Каждый член жюри допускается к оцениванию критериев соответствующих его специализации, а также критерия «оригинальность и общее впечатление».
- 6.9. Критерий «соответствие требованиям оформления и содержания» оценивается организаторами по формальному принципу.
- 6.10. В состав жюри могут входить лица, не являющиеся учителями, это эксперты ДМИП-портала.

7. Критерии и правила оценивания, награждение

- 7.1. Каждый этап оценивается по соответствующим ему критериям. Подробное описание и пояснения к этапам, а также любую другую информацию по проекту смотреть на сайте.
- 7.2. Критерий «соответствия требованиям оформления и содержания» членами жюри не оценивается. Баллы за данный критерий начисляются организаторами по указанной для каждого этапа разбалловке.
- 7.3. Оценивание этапов (всего за проект можно получить 100 баллов):
 - 7.3.1. «Видео-приветствие» (максимальный балл – 15):
 - ✓ техническое исполнение – от 0 до 5 баллов,
 - ✓ оригинальность и общее впечатление – от 0 до 5 баллов,
 - ✓ соответствие требованиям оформления и содержания (от 0 до 5 баллов):
 - размер кадра не менее 640x480, формат файла и кодеки (список разрешенных на сайте) – 1 балл,
 - наличие информации об использованных программах и источников использованных материалов (музыка, видеофрагменты и т. д.) – 1 балл,
 - длительность не более 3 минут – 1 балл,
 - наличие названия, эмблемы и девиза агентства – 1 балл,
 - представление образовательного учреждения и состава агентства (в соответствии с п. 3.4.) – 1 балл.
 - 7.3.2. «Рекламный проект» (максимальный балл – 40):
 - ✓ техническое исполнение видеоролика – от 0 до 7 баллов,
 - ✓ научность и доступность содержания видеоролика – от 0 до 7 баллов,
 - ✓ оригинальность и общее впечатление видеоролика – от 0 до 7 баллов,
 - ✓ техническое исполнение буклета – от 0 до 4 баллов,
 - ✓ научность и доступность содержания буклета – от 0 до 4 баллов,

- ✓ оригинальность и общее впечатление буклета – от 0 до 4 баллов,
- ✓ соответствие требованиям оформления и содержания (от 0 до 7 баллов):
 - размер кадра видеоролика не менее 640x480, формат файла и кодеки (список разрешенных на сайте) – 1 балл,
 - наличие информации об использованных программах и источниках использованных материалов (музыка, видеофрагменты и т. д.) – 1 балл,
 - длительность видеоролика не более 3 минут – 1 балл,
 - наличие всех составляющих рекламного проекта (рекламный ролик и рекламный буклет) – 1 балл,
 - соответствие оформления буклета обязательным требованиям (см. на странице проекта на сайте ДМИП.рф) – 1 балл,
 - соответствие содержания буклета перечню обязательного содержания буклета (см. на странице проекта на сайте ДМИП.рф) – 1 балл,
 - соответствие содержания ролика и буклета – 1 балл.

7.3.3. «Тёмная лошадка» (максимальный балл 30). Задание и правила оценивания будут известны после опубликования на сайте проекта.

7.3.4. «Портфолио агентства» (максимальный балл 10):

- ✓ техническое исполнение портфолио и эстетичность оформления – от 0 до 4 баллов;
- ✓ полнота и доступность содержания – от 0 до 4 баллов;
- ✓ соответствие требованиям оформления и содержания (от 0 до 2 баллов):
 - соответствие содержания портфолио обязательным требованиям (см. на странице проекта на сайте ДМИП.рф) – 1 балл,
 - соответствие содержания буклета перечню обязательного содержания буклета (см. на странице проекта на сайте ДМИП.рф) – 1 балл.

7.3.5. Бонусные баллы начисляются за участие в составе жюри представителя образовательного учреждения от которого зарегистрировано агентство (максимальный балл – 5):

- ✓ наличие заявки в состав жюри и регистрация учителя на сайте ДМИП.рф – 1 балл;
- ✓ оценивание 1 этапа проекта (в соответствии со сроками оценивания) – 1 балл;
- ✓ оценивание 2 этапа проекта (в соответствии со сроками оценивания) – 1 балл;
- ✓ оценивание 3 этапа проекта (в соответствии со сроками оценивания) – 1 балл;
- ✓ оценивание портфолио (в соответствии со сроками оценивания) – 1 балл.

7.4. За несоблюдение правил начисляются штрафные баллы (баллы начисляются со знаком минус, то есть уменьшают итоговую сумму баллов).

7.5. Штрафы делятся на 5 категорий:

7.5.1. нарушения правил проекта, не дающие агентству преимущества перед другими агентствами (1 балл);

7.5.2. нарушения правил проекта, дающие агентству преимущества перед другими агентствами (2 – 5 баллов);

7.5.3. несоблюдение сроков сдачи работ (в случае опоздания из суммы баллов по данному этапу вычитается 10%, при опоздании на срок более 3 дней – за данный этап агентству начисляется 0 баллов);

7.5.4. грубые нарушения, полностью меняющие смысл работы, после чего она не соответствует заданию данного этапа (в этом случае за данный этап агентству начисляется 0 баллов);

7.5.5. систематические грубые нарушения правил проекта, правил общения на сайте и форуме (по решению организаторов от штрафа в баллах до дисквалификации агентства).

7.6. Во время проведения проекта на официальном сайте будет проводиться зрительское голосование.

7.7. Победители награждаются компакт-диском с материалами игры, дипломами и ценными призами, лучшие проекты будут размещены в сети Интернет на сайте ДМИП.рф.

Контактные данные:

Официальный сайт проекта
Телефон для справок

<http://дмип.рф>
+7 960 323 93 32