

ГБОУ Школа 1329

Виртуальный военно-исторический музей

Учащийся: С. Яковлев

Класс: 10

Куратор: Р. Л. Скутулаз

Москва 2016

Содержание

1. Краткое содержание

2. Исследование

- Тема

- Проблема

- Цель

- Список задач

3. Описание процесса

4. Оценка результата

5. Рефлексия

Список использованных источников информации

Календарное планирование

1. Краткое содержание

Тема: Виртуальный военно-исторический музей.

Проблема: Малая посещаемость школьного военно-исторического музея.

Цель: Увеличить посещаемость школьного музея детьми.

Продукт:

https://docs.google.com/presentation/d/1Y1kGXjp_XzKbNwPzVKgrm0qkZzrCb4WYLvUAkkGRTjQ/edit#slide=id.p

2. Исследование

Тема: Виртуальный музей

Проблема:

1) Проведен опрос среди учеников школы 1329, который содержал следующий вопрос:

Сколько раз Вы посещали школьный музей вне экскурсии?

Среди 70 опрошенных 70% ответили - 0 раз, 20 % - 1 раз, 6 % - 2 раза и 4% - 3 раза и более.

(49 человек из 70 - 0 раз, 14 человек из 70 - 1 раз, 5 человек из 70 - 2 раза, 2 человек из 70 — 3 раза и более).

2) Незаинтересованность учеников в посещении музея, так как на переменах хочется отдохнуть от урока.

3) Отсутствие какой-либо рекламы.

4) Многие люди считают, что подрастающее поколение должно знать историю своей страны:

<http://www.altairegion22.ru/ex/8565/91746/>.

Все это может привести к таким последствиям как:

1) Ошибочное представление о значимости России(СССР) во Второй Мировой войне

2) Осквернение памятников , посвящённых Великой Отечественной войне,

детьми и молодёжью

<http://www.baikal-daily.ru/news/20/67272/>

3)Оскорбление ветеранов ВОВ

[http://ok-inform.ru/obshchestvo/1850-os ... akter.html](http://ok-inform.ru/obshchestvo/1850-os...akter.html)

Считается, что незнание истории приводит к вышеперечисленным последствиям.

[http://ok-inform.ru/experts/kachestvo/2 ... ranov.html](http://ok-inform.ru/experts/kachestvo/2...ranov.html)

Формулировка более узкой проблемы:

Полное отсутствие рекламы для школьного музея

Цель:

Увеличить посещаемость школьного музея детьми.

Путь решения:

Создание виртуального музея и загрузка его на сайт школы для всеобщего обозрения

3.Описание процесса

Мною была проделана следующая работа по созданию продукта и внедрению его на сайт.

1) Сбор информации по каждому экспонату музея:

Сбор информации из книжек и газет :Безуглый И. С., Пантелеев Н. А., Рыбников Г. И., Томин К. А. Дважды Краснознамённая. М., «Московский рабочий», 1977. 192 с.

Сбор информации у руководителей и актива музея - Ляхта Александр, Савченко Алексей, Кудрявцева Настя, Скутулас Розалия Леонидовна.

2) Была создана общая концепция дизайна музея, в том числе для легкости его использования:

Фон и текст в стиле Георгиевской ленточки, панорамная галерея с возможностью приближения каждого объекта, все это создано для приятного восприятия и легкости использования этого музея.

3) Был выбран движок для виртуального музея

Мною было проанализировано много различных платформ, но так как с музеем будет работать множество людей мною была выбрана платформа Google включающая в себя легкость в использовании, облачное хранение данных, комфорт работы.

4) Музей был размещён на сайт для всеобщего обозрения.

Также я провел новый опрос , но на этот раз было опрошено 100 учеников.

Было задано 3 вопроса:

- Сколько раз Вы посещали школьный музей на сайте или в живую?
- Откуда вы узнали о существовании виртуального школьного музея?
- Как вы оцениваете работу виртуального музея?

На вопросы были даны следующие ответы:

- 82% опрошенных посещали музей (в том числе виртуальный)
- Большинство опрошенных узнали о виртуальном музее от родителей, а о существовании школьного — посетив виртуальный.
- 90% положительно относятся к работе музея.

4. Оценка продукта

Мой продукт -

https://docs.google.com/presentation/d/1Y1kGXjp_XzKbNwPzVKgrm0qkZzrCb4WYLvUAkkGRТjQ/edit#slide=id.p

Мой продукт полностью оправдал свои надежды, увеличив посещаемость школьного военно-исторического музея. Он отвечает заявленным требованиям, очень лёгок в использовании и исправлении, дополнении и модернизации. Я

считаю, что цель моего проекта — увеличение посещаемости, полезностью достигнута, и это подтверждает собранная мной статистика.

5. Рефлексия

В целом, в моём проекте мне было интересно почти всё — сбор информации, поиск её по интернету, сбор в книгах и статьях. Я познакомился с правилами дизайна — всё должно быть в одной цветовой гамме. Чуть менее мне понравился процесс исследования — он содержал много «писанины», что я очень не люблю.

Сильная сторона моего проекта - доступность, простота в использовании и модернизации. Слабая — доступ только при наличии интернета, зависимость от серверов Google и недостаточно хороший функционал.

Время тоже не всегда хватало, иногда приходилось сидеть до позднего вечера, но в целом всё это помогло понять мне что такое настоящий проект.

Я считаю, что достиг цели и решил поставленную проблему.

Список использованных источников информации:

Безуглый И. С., Пантелеев Н. А., Рыбников Г. И., Томин К. А. Дважды Краснознамённая. М., «Московский рабочий», 1977.

Календарное планирование:

- 1: Сбор материалов для сайта - онлайн мониторинг начиная с 1 декабря.
- 2: Выбор дизайна для сайта - выполнено (Выбран черно-оранжевый дизайн, под цвет георгиевской ленты).
- 3: Выбор актуального, но в тоже время простого в обращение движка для сайта - выполнено.
- 4: Поиск информации об экспонатах - 1 января - 15 января.
- 5: Создание концепции путеводителя по сайту - 15 - 20 января.
- 6: Анализ сайтов - "конкурентов" для выявления преимуществ и недостатков - 20 - 30 января.
- 7: Тестирование сайта и поиск недочетов - онлайн мониторинг.

8: Сбор отзывов 30 - 10 (января - февраля).

9: Сбор информации о посещаемости сайта - онлайн мониторинг начиная с 1 января.

10: Мелкие исправления - регулярно начиная с 1 декабря.