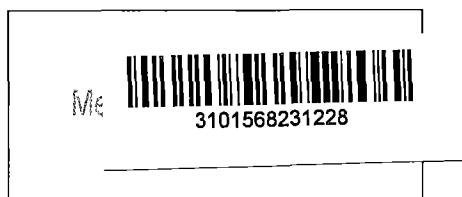




ИЗУМРУД.СТУДЕНТ
ОЛИМПИАДА УРАЛЬСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА



Титульный лист

Направление Естественные науки Инженерные науки
 Математика и информатика Социальные и гуманитарные науки
 Экономика и управление

Вариативный блок 1 2 3 4 5

Курс 1 2 3 4 5 отсутствует

Фамилия АНТРОПОВА

Имя ЮЛИЯ

Отчество АЛЕКСАНДРОВНА

Дата рождения 23 08 2002

Город участия ЕКАТЕРИНБУРГ

Аудитория И521

Телефон 89615749938

Дата 03 02 2024

Подпись

Пример
заполнения

А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф
Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



Проверочный лист
Заполняется участниками

Направление Естественные науки Инженерные науки
 Математика и информатика Социальные и
 Экономика и управление гуманитарные науки

Вариативный блок 1 2 3 4 5

Курс 1 2 3 4 5 отсутствует

Город участия ЕКАТЕРИНБУРГ

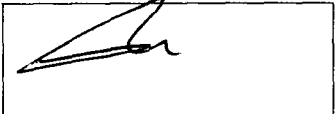
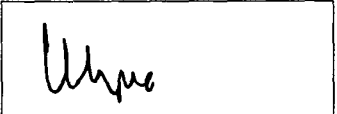
Заполняется организаторами

Количество доп. листов **Количество черновиков к проверке :**

Время выхода с **до :**

Протокол проверки
Заполняется жюри

| Номер задания | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|----------------------|----|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Балл члена жюри №1 | 40 | 50 | | | | | | | | |
| Балл члена жюри №2 | 40 | 50 | | | | | | | | |
| Итоговый балл | 90 | | | | | | | | | |

Подпись члена жюри №1  **Подпись члена жюри №2** 

Пример заполнения А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф
Х Ц Ч Ш Щ Ъ Ы Ь Э Ю Я 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



Задача 2.

А) В наше время существует глобальный тренд на упрощение всего контента. С точки зрения экономики этому можно дать несколько объяснений.

Начнем с того что темп общественного развития сейчас очень высок. Мы развиваемся все быстрее, тренды и тенденции также сменяют друг друга все быстрее. А потребность в получении актуальной информации сохраняется.

Как считают во многих многих эксперты в области социальных наук мы сейчас живем в обществе 3-й волны: в обществе, где технологии распространяются и используются повсеместно, в обществе инновационном где каждый имеет возможность участвовать в общественных процессах, в информационном обществе где информация - это главный ресурс. И сейчас важно не столько получить большое количество информации, сколько уметь находить информацию, обрабатывать ее, изменять, - пользоваться информацией с умом, как можно более эффективно.

Конечно информация в таком обществе создается и меняется очень быстро. То, что было ново и актуально вчера абсолютно устарело сегодня, а завтра будет изучено как "историческая память".

Учитывая все это информация сейчас не может создаваться в том же формате что и раньше. Ни того текста, у кого нет времени читать несколько страниц текстового сообщения, ни момента события, а всегда лучше даже до события. Главное дело, что какие-то темы нам интересны в большей или меньшей степени. И тогда мы можем поискать открытую информацию на данную тематику. Но чтобы оставаться "в теме" надо следить за новыми веяниями и читать по каждой новости дальнейшую статью. Основное не вариант. Поэтому на смену и пришел упрощенный формат контента: текст - намного короче, с яркими заголовками и цветовыми выделениями ключевых слов, предложения - проще, отступы или сокращение основной терминологии до минимума - чтобы как можно больше читателей / зрителей поняли основную мысль. Многие люди сейчас даже предпочитают контент исключительно заголовками. Главное для них - актуальность и скорость получения информации.

Во-вторых мы живем в эпоху капитализма: в эпоху высокой конкуренции практически во всех сферах деятельности. В эпоху, когда необходимо все время совершенствоваться, развиваться, все время видеть больше и лучше, иначе ты проигрываешь конкурентам. Это касается и сферы медиа. Уже не достаточно выпускать регулярные новости и вести рубричного рубрику. Необходимо следить за малейшими изменениями по теме буквально

"24 на 7", а зачастую предусматривать появление новости.

Ведь контент должен быть актуальным, а это очень сложно, учитывая темпы общественного развития в настоящее время. И если ты не успеешь первым выпустить новость, например, кто-то другой выпустит эту новость, а ты автоматически проигрываешь.

Это влечет ~~свое~~ создание безудно огромного контента со стороны медиа, которое мы, в свою очередь, не успеваем потреблять. +

Также стоит упомянуть и процесс глобализации в современном обществе. Теперь мы следим за изменениями не только своего общества (своей страны), но и всего мира, потребляем не только свой контент, отечественный, но и контент почти со всех стран мира, еще и на разных языках.

Мы больше общаемся с иностранцами, чаще устанавливаем с ними близкие социальные связи (особенно молодое поколение). Создание контента непрофессионалы по теме, но и меди с абсолютно другим культурным бэкграундом, с другими менталитетами, с другим восприятием социальных норм. Это тоже в свою очередь, приводит к значительному упрощению содержания контента. Ведь все мы понимаем, чем шире аудитория целевая, тем проще контент, тем он менее интеллектуальный.

Таким образом, данный глобальный тренд можно объяснить такими социально-экономическими тенденциями как цифровизация, компьютеризация общества, технологическое развитие, увеличение темпа общественного развития, глобализация, а также преобладание капиталистической идеологии.

Б)

1) Введение интерактивной составляющей ^{в контент} для детей. Дети могут бы участвовать как полноценными участниками визуального контента. Такой подход уже активно внедряется в музеях, выставках, некоторых театрах. Когда ребенок должен давать обратную реакцию, что-то трогать, читать, думать он чувствует собственную включенность в процесс и лучше концентрирует внимание, следовательно, больше запоминает.

2) Внедрение технологий искусственного интеллекта. Например, алгоритмы рекомендации контента могут анализировать интересы ребенка, ~~то~~ что он смотрит в том или ином видео, например. И далее подбирать более подходящий контент, предлагая более умных персонажей, но с теми же темами, которые нравятся ребенку, и соответствующий интересам ребенка. Алгоритм не даст тратить много времени на короткий примитивный контент, но сделает так, что ребенку все еще будет интересно.

Инвариантная часть

A)

1) Развитие туризма в городе

- появятся новые рабочие места (владельцы и работниками гостиниц, шопы, экскурсоводы, работниками музеев (если откроют музеи, например), организаторы культурных мероприятий и т.д.)
- ~~увеличится~~ привлекательность населенного пункта для иностранных жителей
- создание положительного образа города, работа над имиджем (попытка ~~увеличить~~ привлечь туристов повлечет за собой однородности ванные многих районов города)

2) Развитие транспортной инфраструктуры города

→ создание удобного маршрута до города:

- а) город может стать местом остановки для путешественников (также можно уйти в развитие туризма отчасти)
- б) товары с предприятий удобнее доставлять в другие города / районы (улучшение логистики) ⇒ увеличение спроса на продукцию предприятия

3) Открытие еще одного предприятия

→ новые рабочие места

Примеры:

- а) новое производство каких-либо товаров
- б) открытие филиала крупного бренда (напр. к привлекательности города для жителей города и иностранных)
- в) открытие склада крупной компании (при наличии удобной транспортной инфраструктуры)
- г) почтовый центр по перевозкам товаров других предприятий

5)

1) аттестовать обучение молодых специалистов в вузах или специальных образовательных учреждениях за счет предприятия при условии их дальнейшего трудоустройства на определенное предприятие и работу там не менее чем в течение 5 лет (либо как минимум полностью покрыть стоимость своего обучения)

2) развивать корпоративную культуру. — не ↓ дефицит ка
Молодые люди создают очень теплую атмосферу в коллективе и являются корпоративных мероприятий и т.д.
Развивая это направление, можно привлечь молодых кадров на предприятие

Бланк ответов

