

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ
РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Конвергентные технологии создания коммуникационного продукта»

для студентов направления подготовки
42.04.01. Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)
PR и реклама в системе новых медиа

Ставрополь, 2026

ВВЕДЕНИЕ

Методические указания к практическим занятиям студентов по дисциплине «Конвергентные технологии создания коммуникационного продукта» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Цели освоения дисциплины – рассмотрение производственных процессов в области конвергентных технологий, знание которых необходимо специалистам по рекламе, формирование у студентов базовых теоретических знаний и практических навыков в изучении конвергентных технологий как слияния нано-, био- и информационных технологий, а так же когнитивной и социальной науки, создающих оборудование, методы, инструменты и бизнес-модели, улучшающие экономические показатели, но, вместе с тем, не оказывающие негативного влияния на окружающую среду.

Образовательные задачи курса:

- научить студентов использовать конвергентные технологии в работе специалиста по рекламе и СО;
- познакомить студентов с современными концепциями развития конвергентных технологий.
- дать знания об особенностях Интернета вещей;
- дать представление об онтологических и эпистемологических особенностях нанотехнологий.

Воспитательные задачи:

- активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества;
- воспитывать гражданско-патриотические чувства студентов на примере работ современных рекламистов и архивных материалов;

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

ПК-4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

ИД-1 ПК-4 использует теоретические основания разработки и трансляции коммуникационной стратегии.

ИД-2 ПК-4 способен интегрировать коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

ИД-3 ПК-4 применяет навыки подбора эффективных коммуникации при реализации коммуникационной стратегии.

ПК-17. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-1 ПК-17 выделяет методы анализа в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-2 ПК-17 проводит ситуационный анализ при разработке коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-3 ПК-17 применяет навыки разработки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1

Тема: Конвергентные технологии как слияние nano-, био- и информационных технологий.

Цель: Изучить конвергентные технологии как феномен слияния nano-, био- и информационных технологий.

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Конвергентные технологии – это «большая четверка» технологий, в которую входят информационно-коммуникационные технологии, биотехнологии, нанотехнологии и когнитивные технологии. Представители естественных наук считают, что будущее за развитием этих технологий и за междисциплинарными исследованиями в области химии, физики и биологии.

Вопросы и задания:

Задание.

1. Информационно-коммуникационные технологии.
2. Биотехнологии.
3. Нанотехнологии.
4. Когнитивные технологии.

Теоретическая часть :

На данный момент научно-технический прогресс резко ускорился и мы в состоянии наблюдать целые волны открытий, которые накладываются друг на друга во времени. С 80-х началась научно-техническая революция в области информационных технологий и коммуникаций, за ней последовал взрыв открытий в области биотехнологий, а в последнее время все говорят о начале революции в сфере нанотехнологий. В последнем десятилетии также активно развивалась когнитивная наука.

Крайний интерес вызывает взаимное влияние всех этих наук друг на друга. Такое явление получило собственное название - NBIC-конвергенция (по первым буквам областей: N -нано; B -био; I -инфо; C -когно). Ввели в обращение его Уильям Бенбридж и Михаил Роко, которые написали очень значительный отчет *Converging Technologies for Improving Human Performance* в 2002 году. В отчете указывалась важность и особенность NBIC-конвергенции, ее значение в развитии цивилизации и формировании современной культуры. Из четырех описываемых областей (нано-, био-, инфо-, когно-) наиболее развитая (информационно-коммуникационные технологии), которая используется во всех других областях. В частности, для моделирования различных процессов. Биотехнология широко применяется в нанотехнологиях и когнитивной науке, и развитии компьютерных технологий.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ;

Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 2

Тема: Биотехнологии как технонаучное знание.

Цель: Изучить основы биотехнологий

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Биотехнология — дисциплина, изучающая возможности использования живых организмов, их систем или продуктов их жизнедеятельности для решения технологических задач, а также возможности создания живых организмов с необходимыми свойствами методом генной инженерии.

Вопросы и задания:

1. Биоинженерия.
2. Биомедицина.
3. Биофармакология.
4. Биоинформатика.
5. Бионика.

Теоретическая часть:

В последнее десятилетие термин «биотехнология» все чаще появляется в заголовках новостей, а открытия в этой области становятся причиной для жарких споров. Действительно, свое наибольшее развитие наука получила именно в последние годы, и этому в большей степени способствовал технический прогресс, но в повседневной жизни биотехнология используется на протяжении многих веков.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. –

- Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
 3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
 4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
 5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

Практическое занятие № 3

Тема: Онтологические и эпистемологические особенности нанотехнологий.

Цель: изучить основы нанотехнологий

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Нанотехнология — область фундаментальной и прикладной науки и техники, имеющая дело с совокупностью теоретического обоснования, практических методов исследования, анализа и синтеза, а также методов производства и применения продуктов с заданной атомной структурой путём контролируемого манипулирования отдельными атомами и молекулами.

Вопросы и задания:

1. Наночастицы и наноматериалы.
2. Наномедицина и химическая промышленность.
3. Робототехника.

Теоретическая часть:

Слово онтология происходит от греческих слов «онтос», что означает бытие и «логотипы», что означает изучение. Он пытается выявить вещи вокруг нас, которые на самом деле существуют. Это исследование природы бытия или становления существования, а также их различий и сходства. Он пытается ответить на вопросы, которые начинаются с «Что». Объем онтологии можно обобщить из философии в другие области, такие как медицина, информатика или даже передовая физика. Онтология помогает нам понять такие вопросы, как то, что есть Бог, что такое болезнь, что происходит после смерти, что такое искусственный интеллект и т. Д. Поле посвящено пониманию существования или отсутствия существ. Онтология также изучает, как различные существующие сущности могут быть сгруппированы вместе на основе сходных характеристик, и он пытается выяснить эти сходства. Поле также пытается найти связь между существующими объектами. Люди, которые занимаются онтологией, пытаются понять, почему возникает определенная вещь, как она связана с другими вещами.

Это одна из основных отраслей философии, которая касается аспекта приобретения знаний. Он больше связан с естественными источниками и масштабами и пределами знаний. Эпистемология также происходит от греческого слова «эпистема», означающего знание, а «логос» означает изучение. Эта отрасль философии стремится открыть истинный смысл знания.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Варганова, Е. Л. Медиа-система России : учебник / Е. Л. Варганова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Варгановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ;

Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.

8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 4

Тема: Информатизация как метатехнология.

Цель: освоить понятие метатехнологии

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Метатехнология - это произвольный процесс воздействия на технологию, преобразующий ее от некоторого начального к некоторому конечному состоянию. Можно говорить о технологии создания технологий (креативная метатехнология), технологии развития технологий (upgrate-метатехнология), наконец, технологии внедрения технологий (invade-метатехнология).

Вопросы и задания:

1. Креативная метатехнология
2. Upgrate-метатехнология
3. Invade-метатехнология.

Теоретическая часть:

Метатехнологии - это технологии, не позволяющие их пользователю конкурировать с их разработчиком. Прямое копирование или невозможно по причине отсталости, или не получается по причине нехватки знаний и ресурсов. Таковы ряд технологий консалтинга и глобального управления, некоторые информационные технологии.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиа-система России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение

- мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
 3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
 4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
 5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 5

Тема: Конвергентные технологии и Интернет вещей как основа четвертой промышленной революции.

Цель: изучить основы Интернета вещей.

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Интернет вещей (англ. Internet of Things, IoT) — концепция вычислительной сети физических предметов («вещей»), оснащённых встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой, рассматривающая организацию таких сетей как явление, способное перестроить экономические и общественные процессы, исключаяющее из части действий и операций необходимость участия человека.

Вопросы и задания:

Задание 1.

1. Средства идентификации.
2. Средства измерения.
3. Средства передачи данных.
4. Средства обработки данных.

Теоретическая часть:

Технологии, которые кардинально изменят наш мир, только начинают зарождаться. Если во время третьей промышленной революции материальные продукты дематериализовались, абстрагировались и целиком превратились в код. То уже сегодня начинается обратный процесс—мы начинаем использовать информацию для производства материальных объектов, действий и услуг. 3D принтеры уже печатают дома, генная инженерия помогает в медицине и производстве, искусственный интеллект водит машины и анализирует поведение людей, предупреждая об опасностях.

По мнению Швабба, эффективный способ глубже осознать то, что ждет нас в будущем,—это применить двусторонний подход, который можно назвать стратегией масштабирования. Для этого нужно:

Получить минимальный уровень понимания ряда технологий, оценить их потенциал

Составить полную картину, разобравшись в связях между этими технологиями и вызванными системными изменениями.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. — М.: Изд-во Юрайт, 2018. — 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. — Изд. 2-е, стер. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 438 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 6

Тема: Нейрокомпьютинг, моделирование мозга и нейрокомпьютерные интерфейсы.

Цель: усвоить принципы нейрокомпьютинга и моделирования мозга.

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Нейрокомпьютерный интерфейс (НКИ) (называемый также прямой нейронный интерфейс, мозговой интерфейс, интерфейс «мозг — компьютер») — система, созданная для обмена информацией между мозгом и электронным устройством (например, компьютером). В односторонних интерфейсах внешние устройства могут либо принимать сигналы от мозга, либо посылать ему сигналы (например, имитируя сетчатку глаза при восстановлении зрения электронным имплантатом). Двусторонние интерфейсы позволяют мозгу и внешним устройствам обмениваться информацией в обоих направлениях. В основе нейрокомпьютерного интерфейса, часто используется метод биологической обратной связи.

Вопросы и задания:

Задание 1.

1. НКИ и нейропротезирование.
2. Нейронет.
3. Нейровизуализация.
4. Сравнение нейрокомпьютерных интерфейсов.

Теоретическая часть:

Технологии, которые кардинально изменят наш мир, только начинают зарождаться. Если во время третьей промышленной революции материальные продукты дематериализовались, абстрагировались и целиком превратились в код. То уже сегодня начинается обратный процесс—мы начинаем использовать информацию для производства материальных объектов, действий и услуг. 3D принтеры уже печатают дома, генная инженерия помогает в медицине и производстве, искусственный интеллект водит машины и анализирует поведение людей, предупреждая об опасностях.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>

3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 7

Тема: Социальные технологии нового поколения как эпистемические практики.

Цель: изучить социальные технологии нового поколения.

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: В процессе разработки и внедрения современных технологий появляются разнообразные эпистемологические новации, которые недостаточно осмыслены в рамках существующих философских подходов. Классическая философия техники фокусировалась на онтологических, антропологических и аксиологических проблемах технического, при этом эпистемологический аспект практически не выделялся. В то же время к техническим объектам на современном этапе относятся уже не только машины и механизмы, но и компьютерные программы, информационные системы, алгоритмы, для создания которых активно разрабатываются новые способы работы со знанием и информацией. Результатом этого является как появление особых познавательных ситуаций, так и формирование новых эпистемологических принципов, определяющих познавательную деятельность в технической сфере, что обуславливает необходимость применения эпистемологического подхода к анализу современных технологий.

Вопросы и задания:

Задание 1.

1. Понятие, виды, формы и уровни технического знания.
2. Технонаучный подход к описанию технического знания.
3. Эпистемические практики работы с техническим знанием: оценка истинности и обратная реконструкция.

Теоретическая часть:

Проблематика исследования связана с тем, что существующие подходы к описанию эпистемических ситуаций, возникающих в области производства и функционирования технических объектов, не соответствуют современному этапу развития техники и технологии. Техническое знание в области конвергентных технологий является не только знанием о материальных объектах и способах работы с ними, но и знанием о знании, то есть само знание становится объектом технического исследования. Возникающие в области конвергентных технологий новые познавательные ситуации и способы работы со знанием требуют изменения эпистемических установок в сторону расширенного понимания технических объектов и сути технического знания и познания. В связи с этим для описания и философского осмысления новых технологий необходимо выявление эпистемологических принципов, определяющих познавательную деятельность в этой сфере.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиа-система России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 8

Тема: Модели взаимодействия фундаментальных и прикладных исследований в процессе научного познания.

Цель: изучить модели взаимодействия фундаментальных и прикладных исследований в процессе научного познания.

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Программы развития конвергентных технологий наглядно показывают, что развитие современных технологий не сводится к созданию новых гаджетов или компьютерных программ. Оно затрагивает онтологические и эпистемологические основания производства, функционирования и взаимодействия искусственных объектов. В техническом познании фокус эпистемологии смещается с форм теоретического знания в сторону конструируемых объектов. Её объектами становятся «вещь как знание», «эпистемическая вещь», артефакты, модели и симуляции, экспериментальные системы и т.д. Конструирование при этом рассматривается как самостоятельный метод получения знания, цель которого состоит не только в получении практического результата, но и в знании как таковом. Эти аспекты определяют актуальность эпистемологического анализа феномена NBIC-конвергенции, поскольку именно трансформация структуры и методов познавательной деятельности определяет в конечном итоге социальные и ценностные преобразования, вызываемые научно-техническим развитием.

Вопросы и задания:

Задание 1.

1. Базисная (базовая) модель фундаментальных наук.
2. Познание ради познания.

3. Ассимиляция с производством как цель прикладной науки.
4. Знание как объект технического исследования.

Теоретическая часть:

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ -- типы исследований, различающиеся по своим социально-культурным ориентациям, по форме организации и трансляции знания, а соответственно по характерным для каждого типа формам взаимодействия исследователей и их объединений. Все различия, однако, относятся к окружению, в котором работает исследователь, в то время как собственно исследовательский процесс -- получение нового знания как основа научной профессии -- в обоих типах исследований протекает одинаково.

Фундаментальные исследования направлены на усиление интеллектуального потенциала общества путем получения нового знания и его использования в общем образовании и подготовке специалистов практически всех современных профессии. Ни одна форма организации человеческого опыта не может заменить в этой функции науку, выступающую как существенная составляющая культуры. Прикладные исследования направлены на интеллектуальное обеспечение инновационного процесса как основы социально-экономического развития современной цивилизации. Знания, получаемые в прикладных исследованиях, ориентированы на непосредственное использование в других областях деятельности (технологии, экономике, социальном управлении и т. д.).

Фундаментальные и прикладные исследования являются двумя формами осуществления науки как профессии, характеризующейся единой системой подготовки специалистов и единым массивом базового знания. Более того, различия в организации знания в этих типах исследования не создают принципиальных препятствий для взаимного интеллектуального обогащения обеих исследовательских сфер. Организация деятельности и знания в фундаментальных исследованиях задается системой и механизмами научной дисциплины, действие которых направлено на максимальную интенсификацию исследовательского процесса. Важнейшим средством при этом выступает оперативное привлечение всего сообщества к экспертизе каждого нового результата исследований, претендующего на включение в корпус научного знания. Коммуникационные механизмы дисциплины позволяют включать в такого рода экспертизу новые результаты независимо от того, в каких исследованиях эти результаты получены.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. — Изд. 2-е, стер. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 438 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. — 2-е изд., перераб. и доп. — Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. — Ч. 2.

- Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
 3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
 4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
 5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».

Практическое занятие № 9

Тема: Сближение естественнонаучных и гуманитарных дисциплин.

Цель: осознать, что будущее науки есть процесс сближения естественнонаучных и гуманитарных дисциплин.

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Характерная особенность современного этапа в усилении тенденции к интеграции научного знания. Развертывании междисциплинарных исследований, выдвижении программ комплексного изучения наиболее актуальных научных проблем, в которых принимают участие специалисты разных наук, использовании парадигм и методов исследования одних наук в других и т.д. Сближение идеалов естественнонаучного и социально-гуманитарного знания осуществляется в рамках общенаучной картины мира, в качестве основы которой в настоящее время выступает глобальный эволюционизм. Понятия и теории отдельных наук в ней стремятся обосновать с помощью таких фундаментальных современных идей, как принципы системности и самоорганизации.

Вопросы и задания:

Задание 1.

1. Первые попытки научной интеграции.
2. Сближения мировоззренческих установок и методологических подходов.
3. Конвергенция естественнонаучного и социально-гуманитарного знания и в неклассической науке.

Теоретическая часть:

Имела ли место в классической науке попытка конвергенции естественно-научного и социально-гуманитарного знания. Механическая картина мира, возникшая как парадигма классической механики, стала ведущей всей научной картины мира, созданной классическим естествознанием. Трактовка человека как машины, общества как механического агрегата индивидов, государства как Левиафана - все это свидетельство игнорирования специфики социально-гуманитарного знания, его объекта. Безусловно, попытки применения методов естественнонаучного познания в гуманитарных науках имели место, и они не были безуспешными. В конечном счете психология и социология получили статус особых научных дисциплин именно потому, что они успешно осваивали методы математического моделирования (в 1970 годы публиковалось множество работ по моделированию мышления, создавались частотные словари, применялись формальные методы изучения фонетики языка, проводились конкретно-социологические исследования и т. д.). Тем не менее с развитием науки возникла необходимость переосмысления некоторых принципов и когнитивных практик социально-гуманитарного познания, которые в классической науке считались маргинальными, не согласовывающимися с идеалами классической науки. Сформировалось альтернативное мнение, что естественные и гуманитарные науки несовместимы, а разрыв между ними усиливается, и этот разрыв, в конечном счете, приведет к образованию двух разных культур с непонятными друг для друга языками.

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

Практическое занятие № 10

Тема: Конвергентная модель инновационного процесса.

Цель: формирование представлений о конвергентной модели инновационного процесса.

Формируемая компетенция: ПК-4, ПК-17.

Актуальность темы: Термин «новация» применительно к науке традиционно рассматривался как процесс производства знания в виде новых понятий, теорий, дисциплин, парадигм. В то же время новациями являются изменения структуры научно-исследовательского процесса, трансформации классификаций научных областей, разработка методов и технологий исследования. В конце XX в. данное понятие было конкретизировано с введением термина «инновация», который связывается с внедрением результатов научного познания в деятельность человека и общества. В таком контексте инновационная деятельность понимается как единый процесс фундаментальных и прикладных исследований, целью которого является внедрение новых продуктов, технологий, методов.

Вопросы и задания:

Задание 1.

1. Интерактивная модель инновационного процесса.
2. «Тройная спираль» Г. Ицковича и Л. Лейдесдорфа.
3. Программа NBIC-конвергенции.

Теоретическая часть:

Научно-технологический прогресс вызвал к жизни высокотехнологичные производства, основанные на создании современных разработок и получении на их базе нового продукта или услуги. В результате возникла потребность в актуальных механизмах управления самим процессом перехода от научной идеи к конечному продукту. Так, в начале XX века Йозефом Шумпетером было введено понятие «инновация», и уже к концу XX века было создано множество моделей инновационных процессов, отражающих преобразования научно-технических идей в готовый продукт.

Английский экономист Рой Росвелл в 1994 году, проанализировав все подходы к моделированию инновационных процессов, сделал вывод о том, что существующие линейные модели не достаточно качественно отражают турбулентность сегодняшнего мира. Возникает необходимость в нелинейных моделях инновационных процессов. В своей работе [6] Р. Росвелл предложил новую классификацию инновационных процессов, где, наряду с линейными моделями, нашли свое место модели нелинейного вида (модели поколений G3, G4, G5). На сегодняшний день большинство исследователей инновационных процессов ориентируются на предложенную в рамках классификации Росвелла модель пятого поколения.

Наибольший интерес среди моделей G5 представляют модели, построенные по типу воронки. К ним можно отнести модель Уилрайта – Кларка, часто называемую моделью «Воронка» [7], а также модель открытых инноваций, предложенную Генри Чесборо (рис. 1), которая базируется на модели Уилрайта – Кларка. Выстраивание инновационных процессов в соответствии с этой моделью позволяет ускорить инновации благодаря целевым потокам знаний (инсорсинг внешних технологий), а также коммерциализовать непрофильные технологии компании путем технологического трансфера

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>
3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-

- 0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
«Конвергентные технологии создания коммуникационного продукта»

для студентов направления подготовки
42.04.01. Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)
PR и реклама в системе новых медиа

Ставрополь, 2026

1. Введение

Методические указания к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Конвергентные технологии создания коммуникационного продукта» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.01–Реклама и связи с общественностью, магистерская программа «PR и реклама в системе новых медиа».

Основной формой работы студента является не только работа на лекции, изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, но и практические занятия, которые позволяют глубоко проникнуть в суть рассматриваемой проблемы. Но для успешной учебной деятельности, ее интенсификации необходимо учитывать следующие субъективные факторы:

1. Знание программного материала, наличие прочной системы знаний, необходимой для усвоения основных дисциплин, предусмотренных программой.

2. Наличие выработанных умений, навыков умственного труда:

а) умение делать глубокий, обстоятельный анализ при работе с книгой, Интернет-источниками;

б) владение логическими операциями: сравнение, анализ, обобщение, определение понятий, правила систематизации и классификации.

3. Специфика познавательных психических процессов: внимание, память, речь, наблюдательность, интеллект и мышление.

4. Хорошая работоспособность, которая обеспечивается нормальным физическим состоянием.

5. Соответствие избранной деятельности, профессии индивидуальным способностям. Необходимо выработать умение саморегулировать свое эмоциональное состояние и устранять обстоятельства, нарушающие деловой настрой, мешающие намеченной работе.

6. Овладение оптимальным стилем работы, обеспечивающим успех в деятельности.

7. Уровень требований к себе, определяемый сложившейся самооценкой.

Адекватная оценка знаний, достоинств, недостатков – важная составляющая самоорганизации человека, без нее невозможна успешная работа по управлению своим поведением, деятельностью.

По наблюдениям исследователей педагогов, одна из основных особенностей обучения заключается в том, что постоянный внешний контроль заменяется самоконтролем, активная роль в обучении принадлежит уже не столько преподавателю, сколько студенту.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Конвергентные технологии создания коммуникационного продукта» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующих компетенций:

Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии (ПК-4).

ИД-1. ПК-4. Знает теоретические основания разработки и трансляции коммуникационной стратегии.

ИД-2. ПК-4. Способен интегрировать коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

ИД-3. ПК-4 Владеет навыками подбора эффективных коммуникации при реализации коммуникационной стратегии.

Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью (**ПК-17**).

ИД-1. ПК-17. Знает методы анализа в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-2. ПК-17. Умеет проводить ситуационный анализ при разработке коммуникационного продукта в сфере рекламы и связей с общественностью.

ИД-3. ПК-17. Владеет навыками разработки проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем дисциплины лекционного курса, взаимосвязь тем лекций с самостоятельными работами, темы и виды самостоятельной работы.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения литературы по предложенным темам: научить работать с учебным материалом по дисциплине «Конвергентные технологии создания коммуникационного продукта». Задачи самостоятельной работы: систематизация и сопоставление полученных знаний; развитие познавательной деятельности.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе составления презентаций к предложенным темам - сформировать умения выполнять различные виды работы. Задача - сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой составления презентаций при получении теоретических знаний.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает к научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу требуемого материала.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
	3 семестр		
1.	Конвергентные технологии как слияние нано-, био- и информационных технологий Информационно-коммуникационные технологии. Биотехнологии. Нанотехнологии. Когнитивные технологии.	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2
2.	Биотехнологии как технонаучное знание Биоинженерия. Биомедицина. Биофармакология. Биоинформатика. Бионика	Опрос, проверка результатов выполненного задания	4
3.	Онтологические и эпистемологические особенности нанотехнологий Наночастицы и наноматериалы. Наномедицина и химическая промышленность. Робототехника	Опрос, проверка результатов выполненного задания	4
4.	Информатизация как метатехнология Креативная метатехнология Upgrade-метатехнология Invade-метатехнология	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2
5.	Конвергентные технологии и Интернет вещей как основа четвертой промышленной революции Средства идентификации. Средства измерения. Средства передачи данных. Средства обработки данных	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2

6.	Нейрокомпьютинг, моделирование мозга и нейрокомпьютерные интерфейсы. НКИ и нейропротезирование. Нейронет. Нейровизуализация. Сравнение нейрокомпьютерных интерфейсов	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2
7.	Социальные технологии нового поколения как эпистемические практики Понятие, виды, формы и уровни технического знания. Технонаучный подход к описанию технического знания. Эпистемические практики работы с техническим знанием: оценка истинности и обратная реконструкция	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2
8.	Модели взаимодействия фундаментальных и прикладных исследований в процессе научного познания Базисная (базовая) модель фундаментальных наук. Познание ради познания. Ассимиляция с производством как цель прикладной науки. Знание как объект технического исследования	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2
9.	Сближение естественнонаучных и гуманитарных дисциплин Первые попытки научной интеграции. Сближения мировоззренческих установок и методологических подходов. Конвергенция естественнонаучного и социально-гуманитарного знания и в неклассической науке	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2
10.	Конвергентная модель инновационного процесса Интерактивная модель инновационного процесса. «Тройная спираль» Г. Ицковича и Л. Лейдесдорфа. Программа NBIC-конвергенции	Опрос, проверка результатов выполненного задания	2
	Итого		24 часа

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

4. Методические указания по изучению теоретического материала

Целью теоретической части является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных слушателем в процессе прослушивания лекций, самостоятельного изучения материала согласно рабочей программе курса «Конвергентные технологии

создания коммуникационного продукта». Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала также составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания, издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Реферирование — это сложный творческий процесс, в основе которого лежит умение выделить главную информацию из текста первоисточника. Реферирование – процесс аналитически-синтетической обработки информации, которая заключается в анализе первичного документа, нахождении значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доведите день, результатов, выводов) Реферирование имеет целью сократить физический объем первичного документа при сохранении его основного смыслового содержания, используется в научной, издательской, информационной и библиографической деятельности.

5. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)

Виды самостоятельной работы: подготовка к практическим и семинарским занятиям, подготовка к собеседованию, работа с литературными источниками и вопросами для самопроверки, подготовка к экзамену.

Формы самостоятельной работы: - письменная (конспектирование), письменнo-устная (написание конспектов с последующим выступлением на семинаре); устная (работа с литературой, подготовка к сдаче экзамена); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: - оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций

Вопросы к собеседованию приведены в Фонде оценочных средств рабочей программы дисциплины.

6. Методические указания по подготовке к экзамену

Процедура проведения экзамена осуществляется в соответствии с «Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в СКФУ».

В экзаменационный билет включаются два вопроса: первый – для проверки уровня знаний, второй – для проверки умений и навыков. Каждый из них содержит формулировку базового и повышенного уровня сформированности компетенций (повышенный уровень выделен курсивом).

Для подготовки по билету отводится 30 минут.

При подготовке к ответу студенту предоставляется право пользования рабочими программами, методическими материалами.

Текущая аттестация студентов проводится преподавателями, ведущими практические занятия по дисциплине, в следующих формах:

- собеседование;
- доклад;
- сообщение.

Критерии оценивания конспектов для собеседования, докладов и сообщений приведены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Технологии брендинга территории».

Допуск к практическим занятиям происходит при наличии у студентов конспектов источников и научной литературы. Работа с указанными материалами проходит в форме ответов студента по выполненным конспектам и ответов на вопросы преподавателя.

Максимальное количество баллов студент получает, если он активно участвует в работе, владеет материалом, умеет четко и логично излагать свои мысли, творчески подходит к решению основных вопросов темы, показывает самостоятельность мышления, его конспект полностью соответствует установленным требованиям, устные ответы полностью раскрывают суть проблематики практического занятия.

Основанием для снижения оценки являются:

- отсутствие или невыполнение конспектов источников и научной литературы;
- слабое знание темы и основной терминологии;
- пассивность участия в групповой работе;
- отсутствие умения применять теоретические знания для решения практических задач;
- частичное или полное незнание ответов на вопросы преподавателя.

Студент может быть отправлен на доработку практического занятия в следующих случаях:

- при отсутствии или невыполнении конспектов источников и научной литературы;
- при частичном или полном незнании ответов на вопросы преподавателя.

7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

Основная литература:

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика; учебное пособие для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е.А. Баранова. – М.: Изд-во Юрайт, 2018. – 269 с.
2. Вартанова, Е. Л. Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг ; под редакцией Е. Л. Вартановой. — 2-е изд., испр. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 424 с. — ISBN 978-5-7567-1103-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/169636>

3. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443847> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0065-4

Дополнительная литература:

1. Нужнов, Е.В. Мультимедиа технологии / Е.В. Нужнов ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. – Ч. 2. Виртуальная реальность, создание мультимедиа продуктов, применение мультимедиа технологий в профессиональной деятельности. – 180 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493255>
2. Олешко, Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко ; ред. Б.Н. Лозовский. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательство «Флинта», 2017. – 129 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239>
3. Ехлаков, Ю.П. Планирование и организация вывода программного продукта на рынок : учебное пособие / Ю.П. Ехлаков ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Томский Государственный Университет Систем Управления и Радиоэлектроники (ТУСУР), Факультет дистанционного обучения. - Томск : ТУСУР, 2017. - 121 с. : ил. - Библиогр.: с. 115-117 - ISBN 978-5-4332-0258-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481009>
4. Дрокина, К.В. Рынок информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / К.В. Дрокина ; Министерство образования и науки РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. - Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2016. - Ч. 2. - 76 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9275-2208-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493030>
5. Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488 - ISBN 978-5-394-02549-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.

7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
11. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU