ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина: Социальные сети и сообщество

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Социальные сети и сообщество» у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы*:

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

* Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512)

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	**ИДК-ОПК-6.1.** Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	**Знать:** - Основные этапы истории возникновения и развития социальных сетей в мире и в России; теоретические концепции сетевого общества (М. Кастельс). - Основы законодательства, регулирующего деятельность в социальных сетях (требования к маркировке рекламы, законы о распространении информации). - Особенности алгоритмических лент ключевых социальных платформ и их влияние на видимость контента. **Уметь:** - Разрабатывать и оформлять текстовый, графический и видео-контент различных форматов (включая лонгриды, сторис, рилсы), адаптированный под конкретную платформу и ее алгоритмы. **Владеть:** - Методами создания и редактирования визуального контента (изображения, короткие видео) и написания убедительных текстов для разных форматов и платформ. - Навыками работы с ключевыми инструментами и сервисами для публикации контента, аналитики и мониторинга (например, SMMplanner, Церебро, Canva).
	ИДК-ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	**Знать:** - Особенности алгоритмических лент ключевых социальных платформ и их влияние на видимость контента. - Принципы работы таргетированной рекламы, вирального маркетинга, партнерских программ и коллабораций. **Уметь:** - Использовать технологии искусственного интеллекта для помощи в создании контента, его аналитике и оптимизации процессов **Владеть:** - Навыками настройки и оптимизации таргетированной рекламы в рекламных кабинетах популярных социальных сетей.
ПК-2. Способен организовывать продвижение продукции организации	**ИДК-ПК-2.1.** Участвует в разработке комплексной стратегии продвижения продукции (услуг) организации (формировании	**Знать:** - Актуальную статистику по аудитории основных социальных платформ (как глобальных, так и локальных, таких как VK, Telegram, Дзен) и тренды медиапотребления.

(предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	целей продвижения, выборе оптимальных каналов коммуникации и формировании единого сообщения (key message), планировании бюджета и календарного графика кампании по продвижению), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	- Принципы разработки контент-стратегии и контент-плана, правила оформления и структурирования контента (постов, сторис, коротких видео). **Уметь:** - Настраивать и запускать кампании таргетированной рекламы; применять органические методы продвижения (виральные механики, коллаборации с блогерами). - Проводить анализ целевой аудитории и выбирать релевантные социальные платформы для решения конкретных бизнес-задач. - Формулировать цель и ключевые сообщения для социальных сетей; составлять контент-план с учетом специфики площадок и интересов аудитории. **Владеть:** - Навыками координации работы над сетевым проектом, включая планирование, постановку задач по SMART, контроль сроков и оценку результата.
	ИДК-ПК-2.2. Умеет организовывать и проводить кампании по продвижению продукции - размещать рекламу, запускать SMM-активности, организовывать мероприятия (ивенты), взаимодействовать со СМИ и блогерами, координировать работу исполнителей (дизайнеров, копирайтеров, PR-менеджеров) и контролировать сроки и качество выполнения задач.	**Знать:** - Современные тренды, такие как доминирование коротких вертикальных видео (Reels, Shorts), рост важности экспертного и образовательного контента, развитие социальной коммерческой рекламы **Уметь:** - Создавать, настраивать и модерировать сообщества; организовывать взаимодействие с подписчиками, в том числе работать с негативной обратной связью. - Анализировать статистику сообществ и рекламных кампаний; отслеживать актуальные тренды и адаптировать под них свою стратегию. - Формулировать цель и ключевые сообщения для социальных сетей; составлять контент-план с учетом специфики площадок и интересов аудитории. **Владеть:** - Способностью выстраивать коммуникацию с аудиторией, формировать и поддерживать уникальный фирменный голос бренда,

		управлять его репутацией в социальных сетях. - Способностью выстраивать коммуникацию с аудиторией, формировать и поддерживать уникальный фирменный голос бренда, управлять его репутацией в социальных сетях.

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ функционирования психосоциальных систем в целом, отдельных их сфер и звеньев, владеет некоторыми умениями анализа системы психосоциальных связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области психологии, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией. Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области психологии, необходимые для решения конкретных задач, связанных с	Продвинутый

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
экономическими системами, их структурой и направлениями политики государства; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для принятия управленческих решений. Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам планирования и контроля кадров, обосновывать выбор метода управления для решения задач в области профессиональной деятельности.	

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом опроса

1. В чем ключевые различия между традиционным (доинтернетным) сообществом и сетевым сообществом (online community)?
2. Какие теоретические модели (например, "сильные и слабые связи" Гранноветтера) наиболее применимы для анализа социальных сетей и почему?
3. Что такое "воображаемые сообщества" (Бенедикт Андерсон) и как эта концепция проявляется в социальных сетях?
4. Являются ли современные социальные сети (как Instagram или TikTok) настоящими сообществами или это просто платформы для самопрезентации?
5. Как цифровые технологии изменили саму концепцию "чувства места" и принадлежности к группе?
6. Как архитектура и дизайн платформы (например, лента новостей, алгоритмы рекомендаций, Stories) влияют на формирование и динамику сообществ внутри нее?
7. В чем разница между сообществами, сформированными вокруг общих интересов (например, хобби-группы в Facebook) и сообществами, основанными на социальных связях (например, друзья в VK)?
8. Какую роль играют модераторы и администраторы в создании и поддержании здоровья онлайн-сообщества? Каковы эффективные стратегии модерации?
9. Проанализируйте феномен "эхо-камер" и "пузырей фильтров". Являются ли они неизбежным следствием алгоритмического управления сообществами?
10. Как платформы стимулируют (или подавляют) коллективные действия и краудсорсинг внутри сообществ?
11. Как участие в онлайн-сообществах влияет на формирование личной и групповой идентичности?
12. В чем причины токсичности и агрессивного поведения в некоторых онлайн-сообществах? Можно ли с этим бороться на уровне платформы и сообщества?

13. Как социальные сети меняют природу дружбы, любви и социальной поддержки? Становятся ли эти отношения более поверхностными?

14. Каковы психологические последствия "культуры отмены" (cancel culture), формирующейся внутри сетевых сообществ?

15. Как социальные сети влияют на процесс социализации подростков и молодежи? Каковы новые риски и новые возможности?

16. Как брендам и компаниям следует выстраивать стратегию взаимодействия с онлайн-сообществами, чтобы не выглядеть чужими?

17. Что такое "сообщества поклонников" (fandom) и как они создают экономическую ценность для правообладателей (кино, музыка, игры)?

18. В чем разница между лидером мнений (influencer) и создателем сообщества (community builder)? Какой подход более устойчив в долгосрочной перспективе?

19. Как измерить "здоровье" и ценность онлайн-сообщества с помощью метрик (не только количественных, но и качественных)?

20. Является ли монетизация сообщества неизбежным фактором его коммерциализации и утраты аутентичности?

21. Могут ли социальные сети считаться новой "публичной сферой" (по Хабермасу) для обсуждения важных общественных вопросов?

22. Как онлайн-сообщества используются для политической мобилизации, пропаганды и манипуляции общественным мнением?

23. В чем заключается роль социальных сетей в организации социальных движений и протестов?

24. Как регулировать распространение дезинформации и вредоносного контента в социальных сетях, не нарушая свободу слова и самоуправление сообществ?

25. Кто должен нести ответственность за контент, создаваемый внутри онлайн-сообществ: платформа, модераторы или сами пользователи?

26. Как новые технологии, такие как искусственный интеллект и виртуальная/дополненная реальность, изменят взаимодействие внутри онлайн-сообществ?

27. Являются ли децентрализованные социальные сети (на базе blockchain, например, Mastodon) жизнеспособной альтернативой централизованным платформам? Какое будущее у этого формата?

28. Каковы потенциальные социальные последствия роста "метавселенных" и сообществ внутри них?

29. Станем ли мы свидетелями "усталости" от больших глобальных платформ и возрождения небольших, нишевых и приватных сообществ?

30. Какие этические дилеммы будут наиболее острыми для создателей и модераторов сообществ в ближайшем будущем?

Задания для подготовки эссе

Напишите эссе на тему «Правовые и этические аспекты работы в социальных сетях. Вопросы информационной безопасности»

Эссе - жанр философской, литературно-критической, исторической, публицистической прозы, сочетающий подчеркнуто индивидуальную позицию автора с непринужденным, часто парадоксальным изложением, ориентированным на разговорную

речь. Существенными признаками эссе являются наличие конкретной темы или вопроса, личностный характер восприятия проблемы и ее осмысления, относительно небольшой объем, свободная композиция, непринужденность повествования и парадоксальность, стремление чем-то удивить читателя. При этом для эссе необходимо внутреннее смысловое единство.

Примерные темы эссе:

1. Типы контента, разрешенные к использованию в социальных сетях администрациями социальных сетей.

2. Типа контента, разрешенные к использованию правообладателями.

3. Проблемы, которые могут быть связаны с нарушением авторского права в социальных сетях.

4. Контент с лицензий CC.

5. Поиск и отбор источников легального контента.

6. Случаи использования бренда в социальных сетях лицами, которым не принадлежит бренд, войны конкурентов.

7. Использование брендов СМИ для дезинформации.

8. Способы решения проблем.

9. Обеспечение информационной безопасности в различных социальных сетях в ситуации, когда доступ к редактированию имеют несколько сотрудников.

10. Социальные сети как актуальное средство Интернет-коммуникации.

11. Самопрезентация в социальных сетях.

12. Социальные сети и информационная безопасность

Задания для анализа практических ситуаций

Задание:

Подготовка к участию в диспуте «Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях».

Вопросы:

1. Выборка в онлайн-опросах

2. Методология онлайн-эксперимента

3. Методология онлайн фокус-группового интервью

Задания для текущего тестирования

1. Выберите определение социальной сети:

а) сайт для общения с друзьями

б) веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются социальные графы

в) онлайн-сервис или веб-сайт

2. Популярность в Интернете социальные сети начали завоёвывать в:

а) 2000 году

б) 2010 год

в) 1995 году

3. Официальным началом “бума” социальных сетей принято считать … когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook:

а) 2003-2004 гг.

б) 2000-2001 гг.

в) 2013-2014 гг.

4. В Россию мода на социальные сети пришла в …, с появлением Одноклассников и ВКонтакте:

а) 1999 г.

б) 2000 г.

в) 2006 г.

5. Характерной особенностью социальной сети является:

а) доступность

б) создание личных профилей

в) часто используют

6. Характерной особенностью социальной сети является:

а) общение

б) загрузка личной информации

в) предоставление практически полного спектра возможностей для обмена информацией

7. Одноклассники-это:

а) социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников, а также родных и близких родственников и общения с ними

б) социальная сеть, крупнейшая в Европе, принадлежит Mail.Ru Group

в) социальная сеть, крупнейшая в мире, принадлежит Mail.Ru Group

8. ВКонтакте-это:

а) мультиязычная социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников, а также родных и близких родственников и общения с ними

б) социальная сеть, крупнейшая в мире, принадлежит Mail.Ru Group

в) социальная сеть, крупнейшая в Европе, принадлежит Mail.Ru Group

9. Социальные сети являются мощным инструментом … , поскольку пользователи добровольно публикуют информацию о себе, своих взглядах, интересах, предпочтениях и так далее:

а) маркетинговых исследований

б) общения

в) знакомств с другими людьми

10. … – методика проектирования систем, которые путём учёта сетевых взаимодействий становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются:

а) Web 2.0

б) WebMoney

в) WebOS

11. … – веб-сервис, с помощью которого пользователи Интернета могут делиться, создавать, искать и управлять закладками (адресами) веб-ресурсов:

а) социальные библиотеки

б) социальные каталоги

в) социальные закладки

12. Вставьте пропущенное слово.

… представляют собой приложения, позволяющие посетителям оставлять ссылки на их коллекции, книги, аудиозаписи и т. п., доступные другим. Предусмотрена поддержка системы рекомендаций, рейтингов и т. п. Примеры: discogs.com, IMDb.com.

13. Установите последовательность информационных «революций» с учетом появления информационных носителей:

1. появление письменности

2. изобретен печатный пресс с наборным шрифтом

3. появление радио, телевидения

4. появление первой рукописной книги

14. Установите соответствие социологов и предложенных ими терминов:

1. Ключевые понятия	А) Определения
2. Маклюэн	Б) Сетевое общество
3. Белл	В) Нетократия
4. Бард и Зодерквист	Г) Глобальная деревня
5. Ло	Д) Третья волна
6. Тоффлер	Е) Хинтерланд
7. Кастельс	Ж) Постиндустриальное общество

15. В понятие коммуникации входит:

а) уничтожение сообщений

б) скрытие сообщений

в) восприятие сообщений

16. В понятие коммуникации входит:

а) скрытие сообщений

б) отправка сообщений

в) уничтожение сообщений

17. Для чего создаются профессиональные социальные сети:

а) для совместной работы с документами

б) для совместного хранения медиафайлов

в) для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей

18. Что позволяют делать геосоциальные сети:

а) решать задачи сопровождения деятельности компании

б) налаживать социальные связи на основании географического положения пользователя

в) решать задачи организации и сопровождения деятельности компании

19. Одна из ведущих социальных сетей РФ:

а) ВКонтакте

б) Мой мир@mail

в) Facebook

20. Имя социолога, который ввел понятие «социальная сеть»:

а) Ярко Ойкариненом

б) Джеймс Барнс

в) Верченов

21. В социальных сетях взаимодействуют:

а) чистые психические компоненты людей

б) искусственные интеллекты

в) симулякры людей

22. Для быстрого обмена короткими сообщениями предназначена:

а) Твиттер

б) Facebook

в) Instagram

23. Подберите наиболее точное определения социальной сети:

а) сайт для общения с друзьями

б) веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются социальные графы

в) онлайн-сервис или веб-сайт

24. В каком году начали набирать популярность соцсети в интернете:

а) 2000 году

б) 2010 год

в) 1995 году

25. Сообщения представляют собой:

а) знаки и группы знаков

б) чистые идеи

в) мысленные концепты

25. Дайте определение следующему понятию.

Целевая аудитория социальной сети – это_____

26. Установите последовательность технологических «революций» с учетом появления технологических новшеств:

1. информационная

2. изобретена паровая машина

3. достижения в двух областях: электричества и химии

27. Установите соответствие между видами общественного мнения в зависимости от содержания суждений и их характеристикой:

1. оценочное вырабатывает и внедряет нормы общественных отношений предполагает наличие элементов теоретического мышления и анализ принятых решений

2. аналитическое вырабатывает и внедряет нормы общественных отношений

3. регулятивное выражает отношение к проблеме

28. Основным отличием блога от других средств Интернеткоммуникации является:

а) возможность ведения дневника

б) возможность поиска друзей

в) свободный доступ к медиафайлам

г) необязательная регистрация

29. Понятие «социальный капитал» наряду с экономическим, культурным и символическим, выделял:

а) П. Бурдье

б) Ф. Фукуяма

в) Г. Беккер

г) Э. Гидденс

30. Показателем социального капитала пользователя в социальной сети в наибольшей степени является:

а) количество друзей (подписчиков)

б) время, проводимое в Интернете

в) количество фотографий в альбоме

г) количество записей

31. К числу информационно-коммуникативных рисков социальных сетей не относится:

а) формирование сетевых сообществ

б) формирование Интернет-аддикции

в) распространение экстремистских материалов

г) киберзапугивания

32. Раскрутка бренда в сетевом сообществе «Вконтакте» является примером удачного применения социальных сетей в сфере:

а) маркетинга

б) политики

в) муниципального управления

г) науки

33. Решение общественно значимых задач силами добровольцев, координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий, получило название:

а) краудсорсинг

б) дауншифтинг

в) фандрайзинг

г) мерчандайзинг

34. Заранее спланированная с помощью социальных сетей массовая акция, в которой большая группа людей появляется в общественном месте, выполняет заранее оговоренные действия, называется:

а) флешмоб

б) митинг

в) демонстрация

г) пикет

35. Что из нижеперечисленного не относится к основополагающим принципам коммуникации в социальных сетях?

а) жёсткая цензура

б) возможность анонимности

в) виртуальный характер общения

г) отсутствие пространственно-временных ограничений

36. Какую функцию из нижеперечисленных не выполняют социальные сети?

а) дифференцирующую

б) функцию самопрезентации

в) коммуникативную

г) функцию сплочения и удержания социальных связей

37. Как называется злонамеренное вмешательство в сетевую коммуникацию, выражающееся в нагнетании участником общения конфликта путём оскорбления другого участника или участников, с нарушением этики сетевого взаимодействия?

а) троллинг

б) флуд

в) буллинг

г) спам

38. Как называется обмен сообщениями на ресурсах многопользовательского сетевого общения (напр. интернет-форумы, чаты, социальные сети и др.), представляющий собой «словесную войну»?

а) флейм

б) флуд

в) спам

г) троллинг

39. Вставьте слово вместо пропуска.

_____ - это разновидность веб-форума с возможностью прикреплять к сообщениям графические файлы.

40. Установите последовательность стадий процесса становления информационного общества, по мнению А.И.Ракитова:

1. применение электрической аппаратуры связи
2. появление книгопечатания
3. появление письменности
4. появление и распространение языка
5. применение компьютеров, базы данных, локальных и глобальных компьютерных сетей

41. Подберите для каждой из левой колонки соответствующее значение, стоящее в правой.

1. Межкультурная коммуникация	А) сведения независимо от формы их представления
2. Массовая коммуникация	Б) дисциплина, которая находится на стыке психологии и лингвистики. Изучает взаимоотношение языка, мышления и сознания
3. Психолингвистика	В) процесс производства и воспроизводства массового сознания, средствами массовой коммуникации — периодической печатью, радио и телевидением, средствами электронной коммуникации.
4. Демография	Г) связь и общение между представителями различных культур.

42. Аналитик это …

а) специалист в области анализа и моделирования

б) специалист в предметной области;

в) человек, решающий определенные задачи;

г) человек, который имеет опыт в программировании.

43. Задача классификации сводится к …

а) нахождения частых зависимостей между объектами или событиями;

б) определения класса объекта по его характеристиками;

в) определение по известным характеристиками объекта значение некоторого его параметра;

г) поиска независимых групп и их характеристик в всем множестве анализируемых данных.

44. До предполагаемых моделей относятся такие модели данных:

а) модели классификации и последовательностей;

б) регрессивные, кластеризации, исключений, итоговые и ассоциации;

в) классификации, кластеризации, исключений, итоговые и ассоциации;

г) модели классификации, последовательностей и исключений.

45. Виды лингвистической неопределенности:

а) неточность измерений значений определенной величины, выполняемых физическими приборами;

б) неопределенность значений слов (Многозначность, размытость, непонятность, нечеткость); неоднозначность смысла фраз (Синтаксическая и семантическая);

в) случайность (или наличие во внешней среде нескольких возможностей, каждая из которых случайным образом может стать действительностью); неопределенность значений слов (многозначность, размытость, неясность, нечеткость)

г) неоднозначность смысла фраз (Синтаксическая и семантическая).

46. Метаданные - …

а) некоторый набор операций над базой данных, который рассматривается как единственное завершено, с точки зрения пользователя, действие над некоторой информацией, обычно связано с обращением к базе данных

б) разновидность систем хранения, ориентирована на поддержку процесса анализа данных целостность, обеспечивает, непротиворечивость и хронологию данных, а также высокую скорость выполнения аналитических запросов

в) высокоуровневые средства отражения информационной модели и описания структуры данных

г) это установление зависимости дискретной выходной переменной от входных переменных

47. Классификация - …

а) некоторый набор операций над базой данных, который рассматривается как единственное завершено, с точки зрения пользователя, действие над некоторой информацией, обычно связано с обращением к базе данных

б) разновидность систем хранения, ориентирована на поддержку процесса анализа данных целостность, обеспечивает, непротиворечивость и хронологию данных, а также высокую скорость выполнения аналитических запросов

в) высокоуровневые средства отражения информационной модели и описания структуры данных

г) это установление зависимости дискретной выходной переменной от входных переменных

48. Аналитическая платформа — …

а) специализированный программный решение (или набор решений), который включает в себя все инструменты для извлечения закономерностей из сырых данных

б) эта группировка объектов (Наблюдений, событий) на основе данных, описывающих свойства объектов

в) набор данных, каждая запись которого представляет собой учебный пример, содержащего заданный входной влияние, что и отвечает ему правильный выходной результат

г) подразделение искусственного интеллекта изучающий методы построения алгоритмов, способных обучаться на данных

49. К способам привлечения клиентов через социальные сети относится:

а) рекламы

б) визитные карточки

в) создание компаниями сообществ в социальных сетях

50. Аппарат какой математической теории наиболее широко применяется при анализе социальных сетей?

а) теории графов

б) теории множеств

в) теории групп

г) теории поля

51. … – веб-сервис, с помощью которого пользователи Интернета могут делиться, создавать, искать и управлять закладками (адресами) веб-ресурсов:

а) социальные библиотеки

б) социальные каталоги

в) социальные закладки

52. К характеристикам контент-анализа относятся:

а) формализованный метод анализа содержания документов

б) может быть количественным и качественным

в) изучение и интерпретация содержания документа исследователем, формулирующим

г) определённые выводы как на основе изученного им текста, так и на основе уже имеющихся у него данных

д) применяется обычно при исследовании достаточно обширных массивов текстов

53. Дайте определение следующему понятию.

Контент-анализ – это _____

54. Установите последовательность этапов отчета по итогам социологического исследования:

1. характеристика параметров исследования характеристика объекта по социально-демографическим признакам

2. обоснование актуальности изучаемой проблемы

3. поиск ответов на выдвинутые в программе гипотезы

4. практические рекомендации, базирующиеся на общих выводах

55. Соотнесите методы социологического анализа с их названиями:

1. Документальный метод	а) процесс выявления скрытых характерных качеств человека или группы лиц путем их краткосрочного испытания
2. Драматический подход	б) способ извлечения и анализа социологической информации путем рассмотрения и объяснения документа в его социальном контексте
3. Тестирование	в) метод изучения и интерпретации социальных явлений и действий людей, которые рассматриваются как взаимодействия «актеров» с присущими им социальными ролями

Задания и рекомендации по подготовке реферата / мультимедиа сообщений / материалов-презентаций и т.п.

Реферат должен соответствовать принятым в институте «Правилам выполнения письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуется следующий алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции права, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;

2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;

3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;

4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;

5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках права;

6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения правового подхода;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов практик;

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению:

а) правильность оформления ссылок на используемую литературу,

б) правильность оформления списка литературы;

в) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; иногда отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Выбор варианта работы для студентов осуществляется по последней цифре в номере зачетной книжки по ключу, предложенному в следующей таблице:

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Номер темы
1	1, 11, 21…
2	2, 12, 22…
3	3, 13, 23…
4	4, 14, 24…
5	5, 15, 25…
6	6, 16, 26…
7	7, 17, 27…
8	8, 18, 28…
9	9, 19, 29…
0	10, 20, 30…

Темы рефератов:

1. Социальная сеть, область применения сетевых подходов и их ограничения.
2. Достоинства и недостатки сетевых подходов по сравнению с традиционными статистическими методами.
3. Сеть как отображение структуры.
4. Сеть как отображение обменных потоков.
5. Социальные сети как междисциплинарный подход к решению конкретных задач.
6. Теоретический потенциал применения сетевых методов в социологии.
7. Эгоцентричные сети.
8. Социометрия и социодинамика.
9. Графическое и матричное представление данных. Два подхода работы с социоматрицами, их достоинства и недостатки.
10. Индивидуальные и групповые социометрические индексы. Динамические индексы.
11. Разработка социометрических индексов и показателей их качества.
12. Способы выявления подструктур группы.
13. Включение сетевых подходов в общую структуру анализа данных.
14. Сетевые подходы и регрессионный, факторный, кластерный анализ.
15. Социальные сети и марковские процессы.
16. Сетевой подход в теории игр
17. Позиции и акторы, атрибуты акторов. Связи и сцепления, их свойства: число, направленность, взаимность, транзитивность, сила связей.
18. Размер сети. Сетевая плотность, ранг сети. Мосты, посредники, централи, эквивалентности. Способы их измерений.

19. Уровни сетевого анализа и проблемы использования данных на разных уровнях.

20. Источники сетевых данных: обзоры и опросы, архивы, источники масс-медиа.

21. Определение границ сети. Способы построения сетевой выборки, подбор метода в каждом конкретном случае. Генератор имен.

22. Проблемы точности получаемых данных (свободные интервью и их перепроверки, встречные интервью, сравнение ответов с известным стандартом).

23. Принципиальная схема нейронных сетей, архитектура восприятия информации и распознавания образов

24. Линейная автоассоциативная память.

25. Гетероассоциативная память.

26. Построение нейронной сети по данным Интернет-форумов.

27. Определение социального капитала по Коулману, Лоури, Бурдье.

28. Взаимосвязь социального капитала с другими видами капитала. Источники и функции социального капитала. Социальный капитал как ресурс.

29. Теории социального обмена.

30. Определения человеческого капитала, его виды и функции по Г. Беккеру.

31. Теория обмена Хоманса.

32. Обменные отношения как функция контроля П. Бурк

33. Основные элементы теории обмена Блау.

34. Современная интерпретация теории обмена: Джеймс Коулмен

35. Экспериментальное изучение возникновения структур обмена (эксперимент Питера Коллока).

4. Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»:

1. Социальная сеть: определение понятия, история возникновения и развития за рубежом и в России.

2. Основные тенденции развития социальных сетей: (взаимопроникновение, объединение и т.п.).

3. Функции социальных сетей.

4. Популярные социальные сети: общая характеристика.

5. Методы журналистской работы с социальными сетями.

6. Информация из сетевых источников. Верификация информации. Инструменты верификации.

7. Методы организации модерирования медиаконтента в социальной сети.

8. Феномен «вирусного редактора» в интернет-пространстве.

9. Понятие краудсорсинга. Методика реализации проектов.

10. Блогосфера как пространство творческой инициативы журналиста. Анализ деятельности популярных блоггеров- журналистов.

11. Paywall как средство монетизации контента: анализ практики российских СМИ и интернет-СМИ.

12. Краудфандинговый проект редакции: цели, формы проведения, социальная значимость.

13. Тенденции развития форм монетизации медиаконтента в социальных сетях.

14. Демократизация медиа и социальные сети: роль «гражданской журналистики».

15. Жанровые формы сетевых СМИ и и их модификация в социальных сетях (от аналитики – к лаконизму Twiiter).

По компоненте компетенций «Уметь»:

1. Уметь анализировать архитектуру социальной платформы и её влияние на взаимодействие внутри сообщества.

2. Уметь идентифицировать различные типы онлайн-сообществ (по интересам, поддержки, практик и т.д.) и их специфику.

3. Уметь подбирать и использовать ключевые метрики (KPI) для оценки активности и здоровья онлайн-сообщества.

4. Уметь разрабатывать стратегию контента, направленную на вовлечение целевой аудитории и стимулирование взаимодействия.

5. Уметь применять базовые принципы модерации для поддержания конструктивной коммуникации и разрешения конфликтов.

6. Уметь проводить конкурентный анализ сообществ и активностей брендов в социальных сетях.

7. Уметь создавать и оформлять сообщество/группу под конкретные задачи (например, для поддержки клиентов, продвижения бренда, фанов).

8. Уметь планировать и проводить мероприятия внутри сообщества (челленджи, AMA-сессии, вебинары) для повышения вовлеченности.

9. Уметь сегментировать аудиторию сообщества для точечной и релевантной коммуникации.

10. Уметь разрабатывать гайдлайн (правила поведения) для сообщества, отражающий его ценности и цели.

11. Уметь работать с инструментами аналитики социальных сетей (например, Meta Business Suite, VK Аналитика, TG Stat) для сбора и интерпретации данных.

12. Уметь выстраивать долгосрочные отношения с лидерами мнений и активными участниками сообщества.

13. Уметь разрабатывать стратегию кризисных коммуникаций для работы с негативом в сообществе.

14. Уметь оценивать рентабельность инвестиций (ROI) от ведения сообщества, связывая активность с бизнес-показателями.

15. Уметь адаптировать контент и стиль коммуникации под специфику разных социальных платформ и их аудитории.

16. Уметь использовать краудсорсинг и пользовательский контент (UGC) для укрепления сообщества и генерации идей.

17. Уметь формулировать ценностное предложение сообщества для привлечения новых участников.

18. Уметь планировать и реализовывать стратегию роста сообщества, используя как органические, так и платные методы.

19. Уметь проводить качественный анализ контента и дискурса внутри сообщества для выявления трендов и настроений.

20. Уметь разрабатывать комплексную стратегию развития и управления онлайн-сообществом на долгосрочную перспективу.

По компоненте компетенций «Владеть навыками»:

1. Владеть навыками работы с аналитическими инструментами социальных платформ (Meta Business Suite, VK Аналитика, TG Stat) для сбора и интерпретации данных.
2. Владеть навыками мониторинга упоминаний и анализа тональности высказываний (sentiment analysis) в сообществе и за его пределами.
3. Владеть навыками создания и оформления сообществ в различных социальных сетях с учетом их технических требований и лучших практик.
4. Владеть навыками разработки контент-планов, включающих различные форматы (текст, изображение, видео, сторис) для решения задач сообщества.
5. Владеть навыками эффективной модерации: выявления конфликтов, нарушения правил, конструктивного диалога и применения санкций.
6. Владеть навыками организации и проведения онлайн-мероприятий в формате живого эфира, вебинара или AMA-сессии ("спроси меня о чем угодно").
7. Владеть навыками создания и ведения гайдлайнов сообщества, правил модерации и FAQ (часто задаваемых вопросов).
8. Владеть навыками копирайтинга для социальных сетей, адаптированного под специфику платформы и целевую аудиторию.
9. Владеть навыками базового визуального оформления контента (с использованием Canva, Figma или аналогов) для повышения его вовлекающей способности.
10. Владеть навыками работы с сервисами планирования и публикации контента (например, SMMplanner, Onlypult).
11. Владеть навыками сегментации аудитории и настройки таргетированной коммуникации внутри сообщества и за его пределами.
12. Владеть навыками разработки и проведения опросов, голосований и других форм сбора обратной связи от участников сообщества.
13. Владеть навыками фасилитации дискуссий: постановки открытых вопросов, стимулирования диалога и управления групповой динамикой.
14. Владеть навыками кризисного реагирования: идентификации угроз, разработки шаблонов ответов и координации действий в стрессовой ситуации.
15. Владеть навыками стимулирования и модерации пользовательского контента (UGC) и краудсорсинговых инициатив.
16. Владеть навыками составления отчетности по ключевым метрикам сообщества и презентации результатов заинтересованным сторонам.
17. Владеть навыками поиска, привлечения и взаимодействия с лидерами мнений и активными участниками сообщества.
18. Владеть навыками проведения A/B-тестирования для оптимизации контента, времени публикаций и других элементов стратегии.
19. Владеть навыками базового SEO для видеоконтента (YouTube) и поискового продвижения сообществ.

20. Владеть навыками использования цифровых инструментов для построения коммуникационной воронки, связывающей активность в сообществе с бизнес-показателями.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 4).

Таблица 4 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетвори тельно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетво рительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.