

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Дмитрий Анатольевич
Должность: директор Юридического института
Дата подписания: 16.06.2026 13:07:05
Уникальный программный ключ:
9b20b9de2b80ed5232cec32f2c1771c09e230985

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

УТВЕРЖДАЮ
Директор юридического института
д-р юрид. наук, профессор
Д.А. Смирнов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
РАЗРАБОТКА И ВЕДЕНИЕ АККАУНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

Направление подготовки/специальность	40.03.01 Юриспруденция
Направленность (профиль)/специализация	«Финансово-правовой»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	2

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения по дисциплине «Разработка и ведение аккаунта в социальной сети» студентов, обучающихся по направлению *40.03.01 «Юриспруденция», профиль «Финансово-правовой»*

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Разработка и ведение аккаунта в социальной сети».

3. Разработчик: Ничеговская Мария Александровна, доцент департамента медиакоммуникаций

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель: Смирнов Д.А., зав. кафедрой АФП, д-р юрид. наук, профессор

Члены комиссии:

Первышов Е.А., канд. юрид. наук., доцент

Амвросова О.Н., канд. юрид. наук., доцент

Представитель организации-работодателя

Андреев Н.Н., адвокат. МКА ВМ-Право

Экспертное заключение: представленные в данном ФОС оценочные средства позволяют определить уровень сформированности компетенций и соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности у обучающихся по ОП ВО направления подготовки 40.03.01 Юриспруденция, направленности (профиля) «Финансово-правовой».

5.Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: УК-2				
Результаты обучения по дисциплине: Индикатор: ИД-1_{УК-2} формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, и определяет ожидаемые результаты решения задач;	Не способен перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую форму аккаунта социальной сети	Способен на низком уровне перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую форму аккаунта социальной сети	Способен на достаточном уровне перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую форму аккаунта социальной сети	Способен на высоком уровне перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую форму аккаунта социальной сети
Индикатор: ИД-2_{УК-2} разрабатывает план действий для решения задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Не способен разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Способен фрагментарно разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Способен разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	Способен на высоком уровне разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
Индикатор: ИД-3_{УК-2} обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих	Не способен используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами в соответствии со	Способен частично используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и	Способен используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и	Способен на высоком уровне используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в

правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.	сценарием, сроками и затратами	затратами	затратами	соответствии со сценарием, сроками и затратами
<i>Компетенция: УК-3</i>				
Результаты обучения по дисциплине : <i>Индикатор:</i> <i>ИД-1_{УК-3}</i> Участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи.	Не способен осуществлять социальное взаимодействие при разработке аккаунта социальной сети и реализовывать свою роль в команде. Не способен оценивать эффективность и результаты работы в команде при создании аккаунта социальной сети на основе знания общих методов организации социального взаимодействия.	Способен на низком уровне осуществлять социальное взаимодействие при разработке аккаунта социальной сети и реализовывать свою роль в команде. Способен на низком уровне оценивать эффективность и результаты работы в команде при создании аккаунта социальной сети на основе знания общих методов организации социального взаимодействия.	Способен на достаточном уровне осуществлять социальное взаимодействие при разработке аккаунта социальной сети и реализовывать свою роль в команде. Способен на достаточном уровне оценивать эффективность и результаты работы в команде при создании аккаунта социальной сети на основе знания общих методов организации социального взаимодействия.	Способен на высоком уровне осуществлять социальное взаимодействие при разработке аккаунта социальной сети и реализовывать свою роль в команде. Способен на высоком уровне оценивать эффективность и результаты работы в команде при создании аккаунта социальной сети на основе знания общих методов организации социального взаимодействия.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
Форма обучения очная - семестр 2,			
1.	а	1. Социальные сети-это: а) веб-сайт в) книга с) общение с друзьями	УК-2
2.	с	Выбрать определение социальной сети: а) сайт для общения с друзьями в) веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются социальные графы с) онлайн-сервис или веб-сайт	УК-2
3.	с	3. Популярность в Интернете социальные сети начали завоёвывать в: а) 2000 году в) 2010 год с) 1995 году	УК-2
4.	с	В Россию мода на социальные сети пришла в ..., с появлением Одноклассников и ВКонтакте: а) 1999 г. в) 2000 г. с) 2006 г.	УК-2
5.	в	Характерной особенностью социальной сети является: а) доступность в) создание личных профилей с) часто используют	УК-2
6.	это «доска настроения» (от англ. mood board). Так называют презентацию, собранную из фотографий, иллюстраций, паттернов, слоганов, шрифтов и цветовых схем.	Верное определение понятия «мудборд»	УК-2

7.	учётная запись на каком-либо сайте, в игре, приложении или социальной сети	Верное определение «аккаунт»	УК-2
8.	индивидуальный идентификатор (должен быть уникален для того сервиса, где вы регистрируетесь).	Верное определения термина «логин»	УК-2
	метод идентификации пользователя в каком-либо сервисе (как правило, в Интернете) при помощи запроса аутентификационных данных двух разных типов, что обеспечивает двухслойную, а значит, более эффективную защиту аккаунта от несанкционированного проникновения.	Верное определение термина «двухфакторная аутентификация»	УК-2
9.	любая информация, выраженная речью, текстом и любыми другими способами передачи.	Верное определение термина «контент»	УК-2
10.	Чтобы аватарка была высокого качества, лучше загружать изображение с более высоким разрешением — 1000×1000 пикселей и выше.	Качество в пикселях для аватарки	УК-2
11.	Анализ целевой аудитории состоит из: -демографических признаков; -образования и сферы деятельности; -ценностей; -потребностей в информации и способах ее получения; -поведения (кто\что влияет на решение; -интересы привычки, хобби	Состав анализа целевой аудитории	УК-2

12.	Для составления заголовка поста в социальных сетях рекомендуем воспользоваться методом 4U: ● полезность; ● специфичность; ● срочность; ● уникальность.	Характеристика метода 4 U	УК-2
13.	Чередование позитивных, негативных и полезных постов. А чтобы не попасть в бан, поддерживайте дружескую атмосферу и не нарушайте права человека.	Метод чередования постов	УК-2
14.	Самый простой путь создания продающего текста – использование формулы AIDA: ● <i>внимание;</i> ● <i>интерес;</i> ● <i>желание;</i> ● <i>действие.</i>	Особенности формулы AIDA	УК-2
15.	Различают следующие виды постов :новостные , ● информационные, ● развлекательные, ● вовлекающие, ● продающие, ● обучающие, ● экспертные, ● мотивационные, ● вирусные, ● личные	Виды постов в социальной сети	УК-2

16.	Основные виды видеоконтента ● Информационный ● Обучающий ● Рекламный ● Документальный ● Развлекательный	Виды видеоконтента в социальной сети	УК-2
17.	Требования к материалам для сторис: ● вес файла – до 10 Мб; ● рекомендуемый размер – 1080 x 1920 px; ● допустимые форматы – JPG, PNG, GIF; ● длительность видео – не более 15 секунд;	Основные требования к сторис в ВК	УК-2
18.	Как скрыть Истории конкретного человека из ленты: ● откройте сторис этого друга; ● нажмите на три точки в правом нижнем углу; ● в открывшемся меню выберите пункт «Скрыть из Историй».	Основные шаги для того, чтобы скрыть сторис от конкретного человека	УК-2
19.	Как настроить ленту сторис под свои интересы: ● кликните по трем точкам в правом нижнем углу сторис, которая для вас не актуальна; ● в открывшемся меню выберите пункт «Это не интересно».	Настройка ленты сторис под свои интересы	УК-2
20.	Постите регулярно. Пусть	Несколько советов, как повысить эффективность сторис в ВК	УК-2

	подписчики привыкнут к вашим сторис и не теряют вас из вида. Продумайте контент-план и выпускайте Истории в определенное время, чередуя рекламу и развлекательные материалы.	для бизнеса	
21.	Stories – это минирепортажи со сроком действия в 24 часа, им нельзя поставить лайк, их невозможно прокомментировать.	Определение «stories»	УК-3
22.	. Сторителлинг (storytelling - дословный перевод рассказывание) – это использование историй из жизни в маркетинге.	Верное определение сторителлинг в социальных сетях	УК-3
23.	с	Характерной особенностью социальной сети является: а) общение в) загрузка личной информации с) предоставление практически полного спектра возможностей для обмена информацией	УК-3
24.	с	Одноклассники-это: а) социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников, а также родных и близких родственников и общения с ними в) социальная сеть, крупнейшая в Европе, принадлежит Mail.Ru Group с) социальная сеть, крупнейшая в мире, принадлежит Mail.Ru Group	УК-3
25.	с	ВКонтакте-это: а) мультязычная социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников, а также родных и близких родственников и общения с ними в) социальная сеть, крупнейшая в мире, принадлежит Mail.Ru Group с) социальная сеть, крупнейшая в Европе, принадлежит Mail.Ru	УК-3

		Group	
26.	a	Социальные сети являются мощным инструментом ... , поскольку пользователи добровольно публикуют информацию о себе, своих взглядах, интересах, предпочтениях и так далее: а) маркетинговых исследований в) общения с) знакомств с другими людьми	УК-3
27.	c	Способом привлечения клиентов через социальные сети является: а) рекламы в) визитные карточки с) создание компаниями сообществ в социальных сетях	УК-3
28.	Сюжеты ВКонтакте — это ранее опубликованные истории, собранные в подборку. В отличие от историй, которые доступны только 24 часа, сюжеты остаются на странице сообщества навсегда.	Функции хайлайтсов/сюжетов в ВК	УК-3
29.	Стрим (англ. stream, поток) — это видео в интернете, которое пользователь (стример) транслирует аудитории в режиме реального времени.	Этимология термина «стрим»	УК-3
30.	Функции прямых эфиров: ● повышение лояльности аудитории; ● получение обратной связи; ● возможность разнообразить контент; ● привлечение новых подписчиков; ● потенциальный рост продаж.	Функции прямых эфиров	УК-3
31.	Заранее выбрать тему прямого эфира и попросите подписчиков	Подготовка для прямого эфира «ответы на вопросы»	УК-3

	прислать свои вопросы в <u>сообщения</u> или оставить их в комментариях.		
32.	Бэкстейдж- прямой эфир-показ аудитории офис/место производства товаров.	Определение прямого эфира «бэкстейдж»	УК-3
33.	Анонсировать прямой эфир заранее. Например, за неделю до даты, после чего напомнить о будущей трансляции за день-два.	Процесс анонсирования «прямого эфира»	УК-3
34.	Клипы — короткие видеоролики в социальной сети, которыми можно поделиться с другими пользователями. Такой формат был позаимствован у Тик Ток.	Определение «клипы» и их сущность	УК-3
35.	Формат Клипы позволяет: создавать, редактировать ролики продолжительностью 0,1-60 секунд; добавлять аудиотреки в зависимости от региона; добавлять маски, эффекты (фильтры, проекции, объектов, интерактивный AR-контент).	Возможности формата «клипы»	УК-3
36.	Бот — это небольшое приложение, которое самостоятельно выполняет заранее созданные задачи без участия пользователя.	Сущность «ботов» в Телеграме	УК-3
37.	Тренд в переводе с английского — тенденция, она же идея, набирающая обороты.	Сущность трендов	УК-3
38.	Лидеры мнения — это люди, отличающиеся в глазах своих	Сущность понятия «лидеры мнений» или «инфлюенсеры»	УК-3

	последователей высоким социальным статусом и лучшей информированностью и, тем самым, оказывающие влияние на их понимание содержания и смысла сообщений массовой коммуникации.		
39.	онлайн-реклама, распространяемая на разных площадках в соответствии с характеристиками или интересами целевой аудитории.	Сущность понятия «таргетинг» -	УК-3
40.	объект интеллектуальной собственности в любом удобном формате в защищенную ячейку.	Процесс процедуры депонирования – это процедура, при которой автор загружает _____	УК-3

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он:

Способен перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую форму аккаунта социальной сети

Способен разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

Способен, используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами

Способен осуществлять социальное взаимодействие при разработке аккаунта социальной сети и реализовывать свою роль в команде. Способен оценивать эффективность и результаты работы в команде при создании аккаунта социальной сети на основе знания общих методов организации социального взаимодействия.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он:

не способен перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую

форму аккаунта социальной сети;

не способен разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;

не способен, используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами;

не способен осуществлять социальное взаимодействие при разработке аккаунта социальной сети и реализовывать свою роль в команде; не способен оценивать эффективность и результаты работы в команде при создании аккаунта социальной сети на основе знания общих методов организации социального взаимодействия.