

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о документе

ФИО: Смышнов Константин Михайлович

Должность: Декан факультета физической культуры и спорта

Дата подписания: 18.06.2026 12:44:38

Уникальный программный ключ:

929927c8ae4e55eb4d3ec0e00ff6bb638ca5a4df

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан факультета физической  
культуры и спорта, кандидат  
педагогических наук, доцент  
Смышнов К.М.

### **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

Разработка и ведение аккаунта в социальной сети

|                          |                                     |          |
|--------------------------|-------------------------------------|----------|
| Направление подготовки   | <u>49.03.01 Физическая культура</u> |          |
| Направленность (профиль) | <u>Спортивная тренировка</u>        |          |
| Год начала обучения      | <u>2026</u>                         |          |
| Форма обучения           | очная                               | заочная  |
| Реализуется в семестре   | <u>2</u>                            | <u>2</u> |

## **Введение**

1. Назначение: данный ФОС предназначен для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при оценивании уровня приобретенных компетенций у студентов, обучающихся по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура, направленность (профиль) «Спортивная тренировка» по дисциплине «Разработка и ведение аккаунта в социальной сети».

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

3. Разработчик: Ничеговская Мария Александровна, кандидат социологических наук, доцент департамента медиакоммуникаций высшей школы креативных индустрий

4. Проведена экспертиза ФОС.

Председатель: Рубежной А.А. – кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и индустрии гостеприимства высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии:

Лупандина Наталья Дмитриевна, доцент, кандидат технических наук, доцент кафедры стандартизации, метрологии и управления качеством.

Горбачев А.М., кандидат филологических наук, директор департамента медиакоммуникаций, доцент

Представитель организации-работодателя – Емцов А.А., главный редактор газеты «Ставропольские ведомости».

Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует ОП ВО по направлению подготовки 49.03.01 Физическая культура, направленность (профиль) «Спортивная тренировка» и рекомендуется для оценивания уровня сформированности компетенций при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов по дисциплине «Разработка и ведение аккаунта в социальной сети».

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)<br>2 балла                                                                                                                              | Минимальный уровень (удовлетворительно)<br>3 балла                                                                                                  | Средний уровень (хорошо)<br>4 балла                                                                                                                     | Высокий уровень (отлично)<br>5 баллов                                                                                                               |
| <i>Компетенция: УК-2</i>                                                    |                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                     |
| Результаты обучения по дисциплине:<br><i>Индикатор: ИД-1<sub>УК-2</sub></i> | 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 |
| <i>Индикатор: ИД-2<sub>УК-2</sub></i>                                       | 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     |
| <i>Индикатор: ИД-3<sub>УК-2</sub></i>                                       | Не способен используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами в соответствии со сценарием, сроками и затратами | Способен частично используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами | Способен используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами              | Способен на высоком уровне используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием             |

|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | сроками и затратами                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <i>Компетенция: УК-3</i>                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Результаты обучения по дисциплине :<br><i>Индикатор: ИД-1<sub>УК-3</sub></i> | 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 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <p style="text-align: center;">Форма обучения очная - семестр 2,<br/> Форма обучения заочная - семестр 2,<br/> Форма обучения очно-заочная - семестр 2</p> |                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                             |             |
| 1.                                                                                                                                                         | a                                                                                                                                                           | 1. Социальные сети-это:<br>а) веб-сайт<br>в) книга<br>с) общение с друзьями                                                                                                                                                                                 | УК-2        |
| 2.                                                                                                                                                         | c                                                                                                                                                           | Выбрать определение социальной сети:<br>а) сайт для общения с друзьями<br>в) веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются социальные графы<br>с) онлайн-сервис или веб-сайт | УК-2        |
| 3.                                                                                                                                                         | c                                                                                                                                                           | Популярность в Интернете социальные сети начали завоёвывать в:<br>а) 2000 году<br>в) 2010 год<br>с) 1995 году                                                                                                                                               | УК-2        |
| 4.                                                                                                                                                         | c                                                                                                                                                           | В Россию мода на социальные сети пришла в ..., с появлением Одноклассников и ВКонтакте:<br>а) 1999 г.<br>в) 2000 г.<br>с) 2006 г.                                                                                                                           | УК-2        |
| 5.                                                                                                                                                         | в                                                                                                                                                           | Характерной особенностью социальной сети является:<br>а) доступность<br>в) создание личных профилей<br>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 «мудбоард»                                                                                                                                                                                                                       | УК-2        |
| 7.                                                                                                                                                         | учётная запись на каком-либо сайте, в игре, приложении или социальной сети                                                                                  | Верное определение «аккаунт»                                                                                                                                                                                                                                | УК-2        |
| 8.                                                                                                                                                         | индивидуальный идентификатор                                                                                                                                | Верное определения термина «логин»                                                                                                                                                                                                                          | УК-2        |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                           |      |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------|
|     | (должен быть уникален для того сервиса, где вы регистрируетесь).                                                                                                                                                                                                  |                                                           |      |
|     | 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:<br>- демографических признаков;<br>- образования и сферы деятельности;<br>- ценностей;<br>- потребностей в информации и способах ее получения;<br>- поведения (кто\что влияет на решение;<br>- интересы привычки, хобби      | Состав анализа целевой аудитории                          | УК-2 |
| 12. | Для составления заголовка поста в социальных сетях рекомендуем воспользоваться методом 4U:<br>• полезность;                                                                                                                                                       | Характеристика метода 4 U                                 | УК-2 |

|     |                                                                                                                                                                                                                                    |                                      |      |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------|
|     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• специфичность;</li> <li>• срочность;</li> <li>• уникальность.</li> </ul>                                                                                                                  |                                      |      |
| 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: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>внимание;</i></li> <li>• <i>интерес;</i></li> <li>• <i>желание;</i></li> <li>• <i>действие.</i></li> </ul> | 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<br>Информационный<br>Обучающий<br>Рекламный<br>Документальный<br>Развлекательный                                                                                                                       | Виды видеоконтента в социальной сети | УК-2 |
| 17. | Требования к материалам для сторис:<br>вес файла – до 10 Мб;<br>рекомендуемый размер – 1080 x 1920 px;<br>допустимые форматы – JPG, PNG, GIF;<br>длительность видео –                                                              | Основные требования к сторис в ВК    | УК-2 |

|     |                                                                                                                                                                                                       |                                                                       |      |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------|
|     | не более 15 секунд;                                                                                                                                                                                   |                                                                       |      |
| 18. | Как скрыть Истории конкретного человека из ленты:<br>откройте сторис этого друга;<br>нажмите на три точки в правом нижнем углу;<br>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:<br>кликните по трем точкам в правом нижнем углу сторис, которая для вас не актуальна;<br>в открывшемся меню выберите пункт «Это не интересно».          | Настройка ленты сторис под свои интересы                              | УК-2 |
| 20. | Постите регулярно. Пусть 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. | Несколько советов, как повысить эффективность сторис в ВК для бизнеса | УК-2 |
| 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:<br>а) общение      | УК-3 |



|     |                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |      |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
|     |                                                                                                                                                                                    | <p>в) загрузка личной информации</p> <p>с) предоставление практически полного спектра возможностей для обмена информацией</p>                                                                                                                                                                                                                      |      |
| 24. | с                                                                                                                                                                                  | <p>Одноклассники-это:</p> <p>а) социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников, а также родных и близких родственников и общения с ними</p> <p>в) социальная сеть, крупнейшая в Европе, принадлежит Mail.Ru Group</p> <p>с) социальная сеть, крупнейшая в мире, принадлежит Mail.Ru Group</p>          | УК-3 |
| 25. | с                                                                                                                                                                                  | <p>ВКонтакте-это:</p> <p>а) мультязычная социальная сеть, используемая для поиска одноклассников, однокурсников, бывших выпускников, а также родных и близких родственников и общения с ними</p> <p>в) социальная сеть, крупнейшая в мире, принадлежит Mail.Ru Group</p> <p>с) социальная сеть, крупнейшая в Европе, принадлежит Mail.Ru Group</p> | УК-3 |
| 26. | а                                                                                                                                                                                  | <p>Социальные сети являются мощным инструментом ... , поскольку пользователи добровольно публикуют информацию о себе, своих взглядах, интересах, предпочтениях и так далее:</p> <p>а) маркетинговых исследований</p> <p>в) общения</p> <p>с) знакомств с другими людьми</p>                                                                        | УК-3 |
| 27. | с                                                                                                                                                                                  | <p>Способом привлечения клиентов через социальные сети является:</p> <p>а) рекламы</p> <p>в) визитные карточки</p> <p>с) создание компаниями сообществ в социальных сетях</p>                                                                                                                                                                      | 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                                                                 | Этимология термина «стрим»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | УК-3 |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                  |      |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------|
|     | реального времени.                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                  |      |
| 30. | <p>Функции прямых эфиров:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• повышение лояльности аудитории;</li> <li>• получение обратной связи;</li> <li>• возможность разнообразить контент;</li> <li>• привлечение новых подписчиков;</li> <li>• потенциальный рост продаж.</li> </ul> | Функции прямых эфиров                            | УК-3 |
| 31. | Заранее выбрать тему прямого эфира и попросите подписчиков прислать свои вопросы в <u>сообщения</u> или оставить их в комментариях.                                                                                                                                                  | Подготовка для прямого эфира «ответы на вопросы» | УК-3 |
| 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                                                                                                                                                                     | Возможности формата «клипы»                      | УК-3 |

|     |                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                    |      |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------|
|     | зависимости от региона; добавлять маски, эффекты (фильтры, проекции, объектов, интерактивный AR-контент).                                                                                                                           |                                                                                    |      |
| 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 последователей высоким социальным статусом и лучшей информированностью и, тем самым, оказывающие влияние на их понимание содержания и смысла сообщений массовой коммуникации. | Сущность понятия «лидеры мнений» или «инфлюенсеры»                                 | УК-3 |
| 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».

*Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.*

### **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.*

*Оценка «отлично» выставляется студенту, если он способен на высоком уровне перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую форму аккаунта социальной сети; способен на высоком уровне разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; способен на высоком уровне используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами. 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.*

*Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен на достаточном уровне 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 на достаточном уровне осуществлять социальное взаимодействие при разработке аккаунта социальной сети и реализовывать свою роль*

*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.*

*Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он способен на низком уровне перед созданием аккаунта социальной сети формулировать цель, задачи и определить итоговую форму аккаунта социальной сети; способен фрагментарно разработать сценарий аккаунта социальной сети исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; способен частично используя цифровые инструменты, создавать и продвигать аккаунт в социальной сети в соответствии со сценарием, сроками и затратами; 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.*